



EYE in Rural

The enhancement of Youth Entrepreneurship in Rural

eye-project.eu

PROJECTO 2018-2-TR01-KA205-060888

PLAN DE ESTUDIOS SOBRE EL ESPIRITU EMPRESARIAL DE LOS JÓVENES



institute of
Entrepreneurship
Development



Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en el.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Erasmus+

DESCARGO DE RESPONSABILIDAD

SOBRE ESTE EBOOK

El programa de estudios sobre la capacidad empresarial de los jóvenes se elaboró en el marco del proyecto "EYE en el medio rural - La mejora de la capacidad empresarial de los jóvenes en el medio rural", cofinanciado por el Programa Erasmus+ de la Unión Europea.

El material está abierto y disponible a través del sitio web del proyecto (<https://eye-project.eu/outputs/>) para educadores, instructores, jóvenes, estudiantes, interesados y personas que se interesan en él.

El apoyo de la Comisión Europea a la producción de esta publicación no constituye una aprobación del contenido, que refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en ella.

Desarrollado por

INSTITUTE OF ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT

Organización Griega

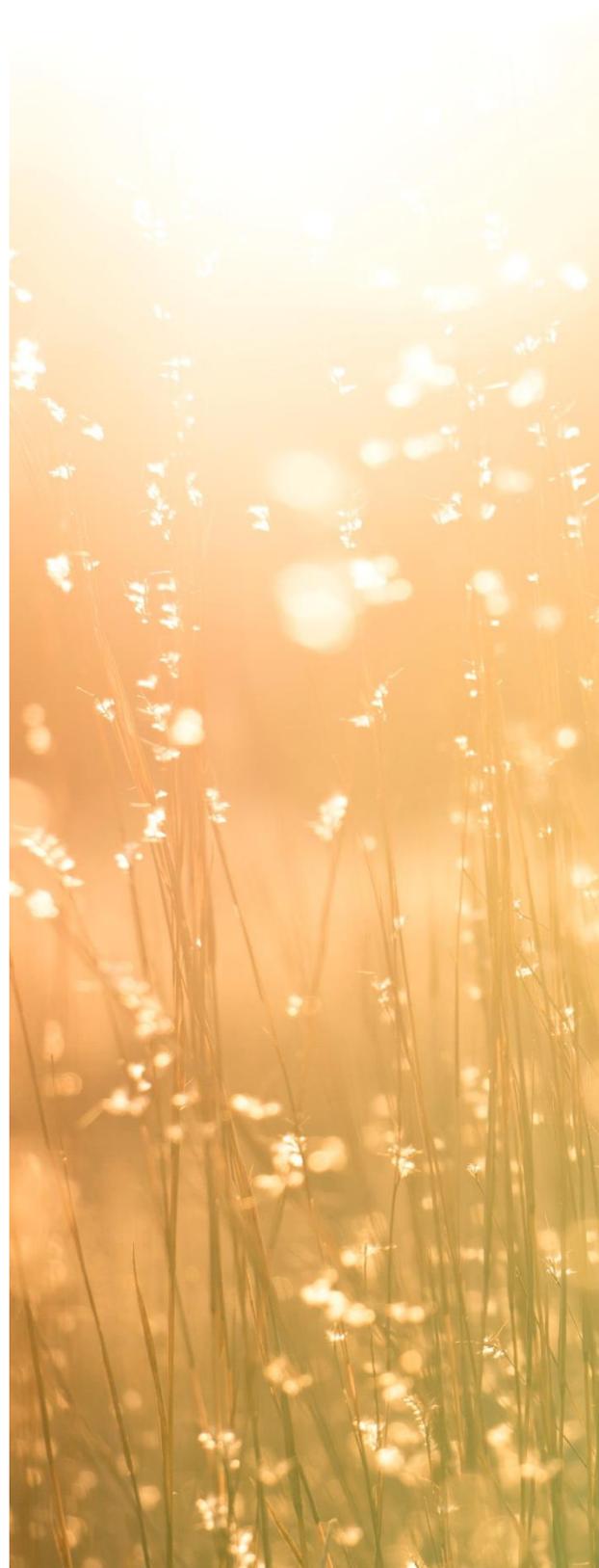
teléfono: +30 2410 626943

Email: info@ied.eu

Página Web: www.ied.eu

Imagen de portada de lauren-richmond / unsplash.com

Imagen de Kent Pilcher / unsplash.com



SOCIOS



Adana Governorship

Adana, Turquia



institute of
Entrepreneurship
Development

Institute of Entrepreneurship Development (iED)

Larissa, Grecia | Email: info@ied.eu



Cukurova Development Agency (ÇKA)

Adana, Turquia | Email: info@cka.org.tr



Karaisalı Municipality

Karaisalı, Turquia



Autokreacja Foundation

Warszawa, Polonia | Email:
autokreacja@autokreacja.org



ACD La Hoya

La Hoya, España | Email: acdlahoya@gmail.com

TABLA DE CONTENIDOS

Descargo de responsabilidad.....	2
Socios.....	Error! Bookmark not defined.
MODULO 1 Emprendimiento Juvenil En Países Europeos.....	10
Proposito	11
Resultados del Aprendizaje	Error! Bookmark not defined.
1.1. Que es el Emprendimiento Juvenil?	12
1.2. Emprendimiento Juvenil en.....	12
1.2.1 Grecia.....	12
1.2.2 España.....	14
1.2.3 Polonia	16
1.2.4 Turquía.....	18
1.3. Introducción a las zonas rurales como una oportunidad empresarial para los jóvenes.....	21
1.4. Emprendimiento Social	23
1.4.1 Que es el emprendimiento social?	23
1.4.2 Los tipos de empresas sociales.....	23
1.4.3 Porque necesitamos a las empresas sociales?	24
1.4.4 ¿Cuáles son las diferencias entre los negocios sociales y los regulares?	25
1.4.5 El empresariado social como posibilidad para el desarrollo rural	28
1.5. Tendencias en el empresariado juvenil en todo el mundo	31
1.6. Estudios de casos de jóvenes empresarios	32
Prueba rápida de conocimientos 1.....	33
Actividades	34
Actividad 1	35
Actividad 2	37
Referencias	39

MODULO 2 Marco jurídico de la iniciativa empresarial de los jóvenes	40
Proposito	41
Resultados del Aprendizaje	Error! Bookmark not defined.
2.1. Tipos de entidades jurídicas en los países del proyecto.....	42
2.1.1 Grecia.....	42
2.1.2 España.....	55
2.1.3 Polonia	57
2.1.4 Turquía.....	69
2.2 Establecer su negocio	75
2.2.1 Grecia.....	76
2.2.2 España.....	84
2.2.3 Polonia	90
2.2.4 Turquía.....	95
2.3 Leyes Europeas	100
Prueba rápida de conocimientos 2.....	103
Actividades	104
Actividad 1	105
Actividad 1	107
Glosario.....	108
Referencias	108
Modulo 3 Habilidades para iniciar un negocio en las zonas rurales	110
Proposito	111
Resultados del Aprendizaje	Error! Bookmark not defined.
1. Motivación y mentalidad positiva	112
3.2. El pensamiento estratégico	113
3.3. Toma de riesgos y posibilidad de fracaso.....	114
3.4. La toma de decisiones	115

3.5. Habilidades de comunicación	118
3.6. Habilidades para establecer contactos.....	119
3.7. Gestión del tiempo	121
3.8. Habilidades creativas.....	122
3.9. Habilidades de persuasión e influencia	123
Técnicas básicas de persuasión	Error! Bookmark not defined.
3.10. Resolución de problemas	128
3.11. Flexibilidad.....	130
Tipos de flexibilidad.....	Error! Bookmark not defined.
3.12. Habilidades digitales.....	134
1. Procesamiento de datos	134
2. Creación de contenidos	134
3. Comunicación	135
4. Resolución de problemas	136
5. Seguridad.....	136
Prueba rápida de conocimientos 3.....	138
Actividades	139
Actividad 1	140
Actividad 2	144
Referencias	148
Modulo 4 La hoja de ruta de un negocio.....	150
Proposito	151
Resultados del Aprendizaje	Error! Bookmark not defined.
4.1. Una hoja de ruta de un negocio	152
¿QUÉ ES UNA IDEA DE NEGOCIO?.....	153
¿QUÉ ES UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO?.....	154
Investigación de mercados y análisis de la competencia	Error! Bookmark not defined.

Plan de Negocio	Error! Bookmark not defined.
4.2. Programas de capacitación.....	162
4.2.1 Entrenamientos gratuitos.....	162
4.2.2 Entrenamientos pagados.....	168
4.2.3 Lista de cursos de capacitación proporcionados por la Unión Europea	171
4.3. Organismos públicos y privados que ayudan a los jóvenes a iniciar su propia actividad empresarial	173
4.3.1 Grecia.....	173
4.3.2 España.....	173
4.3.3 Polonia.....	174
4.3.4 Turquía.....	175
4.4. Oportunidades de financiación	176
4.3.1 Grecia.....	176
4.3.2 España.....	177
4.3.3 Polonia.....	178
4.3.4 Turquía.....	179
4.3.4 Alrededor del mundo	182
Prueba rápida de conocimientos 4	191
Actividades	192
Actividad 1	193
Actividad 2	195
Referencias	197
Modulo 5.1 Desarrollo de un negocio en una zona rural.....	199
Proposito	200
Resultados del Aprendizaje	Error! Bookmark not defined.
5.1. Dónde encontrar un asesoramiento profesional y ayuda antes de empezar su negocio?.....	202
5.2. Planificación y gestión estratégicas.....	204
Cómo planificar?.....	204

Como organizar?.....	207
Como implementar?.....	207
Cómo gestionar?.....	209
Como controlar?.....	209
5.3. Técnicas de planificación y gestión estratégica.....	211
5.4. Herramientas operacionales	213
Encontrar las herramientas	Error! Bookmark not defined.
5.5. Marketing	214
Realizar estudios de mercado	Error! Bookmark not defined.
Make a Marketing Plan.....	Error! Bookmark not defined.
Estimación de ventas.....	Error! Bookmark not defined.
Tendencias de los medios de comunicación social en la actividad empresarial de los jóvenes	Error! Bookmark not defined.
Prueba rápida de conocimientos 4.....	223
Actividades	224
Actividad 1	225
Actividad 2	228
Referencias	231
Respuestas para la prueba rápida de conocimientos 5.1.....	233
Modulo 5.2 Desarrollo de un negocio en una zona rural	234
Proposito	Error! Bookmark not defined.
Resultados del Aprendizaje	Error! Bookmark not defined.
5.6. Contratación y gestión de personal.....	237
5.6.1 Métodos de selección de personal.....	237
5.6.2 Métodos de motivación del personal.....	239
5.6.3 Métodos de bienestar del personal.....	241
5.6.4 Métodos de control del personal	244

5.7. Evaluación.....	246
5.7.1 Medición de su rendimiento financiero	246
5.7.2 Medición de los clientes	246
5.7.3 Medición de los empleados.....	247
5.7.4 Medición frente a otras empresas - benchmarking	248
5.8. Ética	249
5.8.1 Definición de la ética	249
5.8.2 Pilares de la ética	249
5.8.3 Estrategias para mejorar la ética en el lugar de trabajo	250
5.8.4 Ejemplos de lugares de trabajo éticos.....	252
5.8.5 Crear un lugar de trabajo ético.....	253
5.8.6 Establecer una base sólida	253
5.9. Sostenibilidad	256
5.9.1 Beneficios de un lugar de trabajo sostenible	257
Prueba rápida de conocimientos 5.....	258
Actividades	260
Actividad 1	261
Actividad 2	264
Rerefencias	267
Respuestas para la prueba rápida de conocimientos 1.....	269
Respuestas para la prueba rápida de conocimientos 2.....	270
Respuestas para la prueba rápida de conocimientos 3.....	271
Respuestas para la prueba rápida de conocimientos 4.....	272
Respuestas para la prueba rápida de conocimientos 5.1.....	274
Respuestas para la prueba rápida de conocimientos 5.2.....	275

PROYECTO 2018-2-TR01-KA205-060888

PLAN DE ESTUDIOS SOBRE EL ESPÍRITU EMPRESARIAL DE LOS JÓVENES





Imagen de cookie_studio / freepik.com

Tiempo
estimado de
lectura
50-60 minutos

MODULO 1

EMPREDIMIENTO JUVENIL EN PAÍSES EUROPEOS

SOCIO: Cukurova Development Agency

PROYECTO 2018-2-TR01-KA205-060888

PLAN DE ESTUDIOS SOBRE EL ESPÍRITU EMPRESARIAL DE LOS JÓVENES



Propósito

El propósito de este módulo se centra en el creciente fenómeno del "empresariado social", definido como el desarrollo de ideas de negocios y empresas que impulsen el cambio social mediante soluciones innovadoras y rentables, y la forma de comprometerlo con el empresariado juvenil en el medio rural. Como tal, el empresariado social combina herramientas, técnicas y visiones relacionadas con el empresariado y la innovación empresarial por un lado, con soluciones prácticas e impulsadas por el mercado para los desafíos, problemas y preocupaciones sociales fundamentales por otro lado. Este curso está dirigido principalmente a los jóvenes empresarios y se centra en las oportunidades de la iniciativa empresarial social en los jóvenes.

Resultados del Aprendizaje

En términos de **conocimiento**, el aprendiz sabrá:

- ✓ Las características únicas del "emprendimiento social" y las diferencias con los negocios regulares.
- ✓ El conocimiento de cómo involucrar a los emprendimientos sociales con los jóvenes en las zonas rurales.
- ✓ Identificar y utilizar sus habilidades, conocimientos, pasión y talentos individuales dentro de las empresas sociales o económicas.

En términos de **habilidades**, el aprendiz entenderá:

- ✓ El papel del empresariado social en el mundo y su futuro.
- ✓ Algunas claves que permiten pensar de forma diferente sobre la juventud y el emprendimiento social.
- ✓ Derivar recomendaciones para otras actividades de emprendimiento social.

En términos de **competencias**, el aprendiz será capaz de:

- ✓ Comprender si una empresa es social o no.
- ✓ una actitud de apertura y reflexión autocrítica con vistas a la mejora de sí mismo.
- ✓ comprender y facilitar los procesos de aprendizaje individuales y grupales;

1.1. ¿Qué es el Emprendimiento Juvenil?

Los jóvenes empresarios son personas, de 18 a 29 años, o empresarios potenciales, de 18 a 29 años, que poseen un negocio propio o con una participación de al menos el 30%. Los jóvenes empresarios equipan a los jóvenes con los valores y la visión para perseguir sus sueños. La iniciativa empresarial juvenil abre la puerta al empoderamiento económico y coloca a los estudiantes en el camino hacia un futuro próspero para ellos y sus comunidades. El Empresariado Juvenil transforma las mentalidades abriendo los ojos de los estudiantes a las oportunidades que les rodean, y luego dándoles las herramientas necesarias para ir tras ellas.

1.2. Emprendimiento Juvenil en

1.2.1 Grecia

¿Cuál es la situación actual del empresariado juvenil en Grecia?

En los últimos años, debido a la crisis económica, el desempleo juvenil en Grecia alcanzó el porcentaje más alto (31,1%) en comparación con el resto de Europa. Esto presenta la importancia de crear oportunidades empresariales para los jóvenes que puedan actuar como un pilar básico para reducir esta tasa de desempleo. El espíritu empresarial juvenil se reconoce como el objetivo de los jóvenes para crear o desarrollar su propia idea de negocio. Los jóvenes suelen tener las ideas más innovadoras que pueden ser un punto de partida para los cambios sociales. Pero, la mayoría de estos jóvenes trabajan en empleos (por ejemplo, camarero/camarero, barman, vendedor de panadería, etc.) que no se acercan a lo que han estudiado.



Oportunidades o desafíos?

Por un lado, las principales oportunidades de los jóvenes empresarios griegos son:

- Time availability
- Aprendizaje rápido
- Bajo riesgo commercial
- Entusiasmo
- Apoyo de la familia y los amigos

Por otro lado, los principales desafíos de los jóvenes empresarios griegos son:

- La falta de oportunidades de financiación y programas
- La falta de experiencia
- La falta de habilidades para los negocios
- La falta de redes de trabajo
- Desafíos en la gestión de los recursos humanos
- La falta de confianza de los clientes

1.2.2 España

¿Cuál es la situación actual del empresariado juvenil en España?

En España el volumen de desempleados en este rango de edad alcanza un valor del 38,6%. En este contexto, es fundamental el fomento del espíritu emprendedor de los jóvenes mediante el fortalecimiento de la educación y la aprobación de programas de ayuda y la agilización de los trámites administrativos. Si bien la edad es un condicionante a la hora de emprender, no tiene por qué ser un factor negativo ya que aporta a los jóvenes habilidades digitales y una profesionalización del perfil emprendedor.

Los resultados de diversos estudios muestran que la edad del empresario medio español ha disminuido, que uno de cada cinco jóvenes cree que crear su propio negocio es una alternativa y que las nuevas tecnologías del sector son las más atractivas para ello.

Si se pregunta a los jóvenes españoles por los aspectos positivos del espíritu emprendedor se comprueba que obtienen resultados relativamente inferiores a los de la población madura y, en algunos casos, por debajo de los valores de la media europea. El 61,8% considera que emprender es una buena opción, el 64,2% cree que los emprendedores de éxito están bien valorados y el 44,8% que es un tema de interés en los medios de comunicación de su país.

Los sectores más comunes para el emprendimiento juvenil en España son la Salud Digital y la Educación Digital, el Transporte Digital, el Medio Ambiente y la Ingeniería Aeroespacial.



Oportunidades o desafíos?

Como España es un país turístico, la principal oportunidad que tiene el joven emprendedor es el turismo. Por ejemplo:

1. Turismo de aventura.
2. Blogs de estilo de vida.
3. Rutas turísticas temáticas.
4. Albergues o casas rurales con ofertas deportivas y de bienestar.
5. Servicios de entretenimiento y juegos por ciudades.
6. Mercado especializado: cosméticos, moda, tecnología.
7. Alquiler de alojamiento y transporte para vacaciones y viajes.
8. Franquicias de hostelería o restauración.

Los principales retos son:

- Es muy complicado abrirse al mercado internacional
- Es muy difícil dar a conocer las empresas y los productos
- Es muy difícil financiarse
- Una competencia muy alta
- Pocas informaciones
- Impuestos muy altos como empresario
- Poco apoyo de la administración pública

1.2.3 Polonia

¿Cuál es la situación actual del espíritu empresarial de los jóvenes en Polonia?

La base principal de la economía nacional es un empresario y un comerciante. Cuidar de la libre iniciativa empresarial permite a los comerciantes desarrollarse y, con ello, aumentar el bienestar del país y de los ciudadanos. Siguiendo la opinión de que los jóvenes empresarios son el futuro del país, estamos obligados a asegurar y proporcionarles las herramientas y métodos que les ayuden a crecer, ser más eficaces e innovadores en el futuro.

Según las estadísticas de la Unión Europea, Polonia es la octava economía de la UE. Tenemos alrededor de 1,8 millones de empresas y el 99,8% de ellas son pequeñas y medianas empresas.

Polonia es uno de los países de la UE donde el número de empresas está aumentando, pero también la mayoría de ellas fueron/son creadas a partir de la necesidad de detener la innovación y crear nuevos lugares de trabajo.

Basado en el Generalny Urząd Statystyczny date, el 14% de los polacos de 30 años tiene su propio negocio (el 8% está clasificado como de las otras actividades lucrativas (OGA) directamente relacionadas con el holding. Esto nos lleva a la conclusión de que el espíritu empresarial de los jóvenes en Polonia es bastante bajo. Las razones de estos resultados se pueden encontrar en la alta popularidad de la educación superior, más del 70% de los jóvenes comenzaron la universidad / portador de la educación superior y más del 65% del estudio en el estudio a tiempo completo. Además, la iniciativa empresarial es percibida por los jóvenes como un proceso complicado y de alto riesgo y las personas menores de 30 años son vistas como inestabilidad e incertidumbre ocupacional, y por lo tanto, no es propicio para una sensación de seguridad en el mercado laboral. Estas ideas se traducen en un interés muy bajo en la continuación de los negocios familiares por parte de los jóvenes y la falta de planes de futuro para más del 70% de los polacos, negocios familiares, especialmente en la agricultura y las zonas agrícolas.

Es importante mencionar la desproporción entre las poblaciones de ambos sexos. Los datos muestran que el 4% de las empresas en Polonia están dirigidas por hombres menores de 30 años, y sólo el 2% por mujeres menores de 30 años. La fuerte correlación se puede observar en los antecedentes de educación y en la carrera que continúa el joven empresario. Podemos dividirlos en 4 grupos:

1. Educación y estudio humanístico,
2. Estudio social, economía, derecho, estudio técnico, industria y construcción,
3. Cuidado de la salud, cuidado social,
4. Agricultura,



El mayor número de empresarios, basado en la alta educación que podemos observar en la TI y la comunicación de los medios (como las telecomunicaciones, la TI, la realización de películas, los medios sociales, las relaciones públicas), los empresarios de profesores especializados y de alta educación (como el servicio jurídico, la contabilidad, la banca, la arquitectura, los profesores de alta educación y mentores) y también el comercio y los servicios de reparación.

Oportunidades o desafíos?

Los principales obstáculos para los jóvenes empresarios en Polonia son:

- Altas tasas/porcentaje de los impuestos que se imponen a las empresas (escala de impuestos del 18% y 32% sobre el excedente de ingresos de 85.528 PLN, 19% de impuesto fijo),
- Burocracia y formas de ley muy complicadas,
- La alta tasa de la competencia,
- La falta de seguridad y de apoyo de la ley,
- La condición del mercado,
- La falta de un plan de política empresarial del gobierno,
- Discapacidades locales y regionales,
- La falta de apoyo social (como la falta de apoyo familiar y la falta de autoridad positiva),
- La falta de plataforma y espacio para el intercambio de experiencias,
- La falta de conocimiento de los medios sociales y las relaciones públicas..

Las principales oportunidades para los jóvenes empresarios en Polonia son:

- Un número creciente de jóvenes altamente educados,
- Un número creciente de expertos y jóvenes con experiencia,
- Experiencia internacional de los jóvenes polacos que regresan a Polonia,
- Apoyo de la SIP y de los Business Angels,
- Un número creciente de apoyo financiero y de programas,
- Crecientes deseos de dirigir el propio negocio,
- Administración electrónica y comercio electrónico,
- Modificación y modernización de los métodos y técnicas,
- La creciente conciencia social sobre el negocio y el mercado,
- Cada vez son más las posibilidades de los ejemplos internacionales y el intercambio de experiencias,
- Abrir el mercado y el negocio para los jóvenes de la
- Cada vez hay más ofertas de trabajo y prácticas para los jóvenes en Polonia y en el extranjero,
- Creciente interés de los jóvenes en dirigir sus negocios,
- Variedad de negocios en línea..

1.2.4 Turquía

¿Cuál es la situación actual de la actividad empresarial de los jóvenes en Turquía?

En los últimos años, los países han colocado la iniciativa empresarial en primer plano para asegurar la continuidad de su desarrollo. En consecuencia, se considera que el apoyo de las empresas y los empresarios calificados es el movimiento más importante. En este contexto, la iniciativa empresarial de Turquía es también uno de los títulos más importantes de los objetivos de desarrollo de 2023.

Como en todos los países, la capacidad empresarial desempeña un papel fundamental en el desarrollo social y económico del país.

A fin de promover la iniciativa empresarial, especialmente en los últimos años, se ha producido una intensa asignación de recursos públicos, pero hay deficiencias en el desarrollo de la iniciativa empresarial mediante un enfoque basado en los ecosistemas. Los estudios nacionales e internacionales que indican el desempeño de Turquía en materia de iniciativa empresarial, muestran que el país debe seguir trabajando en esta esfera y mejorar el ecosistema. Instituto de Desarrollo de la Iniciativa Empresarial Mundial (GEDI), preparado por el Índice Mundial de la Iniciativa Empresarial (IME), Turquía ocupa el puesto 36 de 137 países; ocupa el 22º lugar en la clasificación regional europea de 41 países. Según el informe del GEA, las fortalezas empresariales de Turquía por encima de la media mundial y regional son el capital de riesgo, el crecimiento rápido, la innovación de productos, la creación de empresas y las competencias tecnológicas, mientras que los aspectos que quedan por debajo de la media mundial y regional se evalúan como la aceptación de riesgos, la competencia, el apoyo cultural, la percepción de las oportunidades y la iniciativa empresarial basada en las oportunidades.

Según el índice del Foro Económico Mundial que clasificó el nivel de desarrollo económico como economías orientadas a los factores de producción, impulsadas por la eficiencia y la innovación, Turquía se encuentra en las economías impulsadas por la eficiencia. Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2016/17, en comparación con las economías impulsadas por la eficiencia, Turquía está rezagada en cuanto al número de empresas de nueva creación. Al mismo tiempo, la tasa de actividades empresariales basadas en la oportunidad es inferior a la tasa de actividades empresariales obligatorias.

Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2016/17 Global Report;

Si bien la tasa de actividad empresarial en las primeras etapas en Turquía en 2015 era del 17,4%, disminuyó al 16,1% en 2016. Sin embargo, esta tasa (16,1%) sigue siendo superior a la tasa media de las economías impulsadas por la eficiencia (14%).

Según el estudio de GEM, la caída de las tasas de emprendimiento es causada por los empresarios varones. Si bien en 2016 hubo una disminución de las actividades empresariales de los hombres en las primeras etapas, hubo un aumento de las tasas de mujeres empresarias. Puede decirse que hay una continuidad en las actividades empresariales de las mujeres en Turquía.



La economía innovadora también está relacionada con las tasas de desarrollo económico. A nivel regional, la intensidad de la innovación es mayor en América del Norte, con un 39%, y menor en África, con un 20%. Sin embargo, en Turquía la tasa de empresarios que introducen productos o servicios innovadores es del 30,1%.

En el informe se afirma que existe una estrecha relación entre las tasas de iniciativa empresarial y la forma en que las personas perciben la iniciativa empresarial. Si se considera que la iniciativa empresarial es una buena opción de carrera, los empresarios que reciben frecuentemente una atención positiva de los medios de comunicación son factores que afectan a las personas para convertirse en empresarios.

El 60% cree que los empresarios reciben una atención positiva de los medios de comunicación. Entre los niveles más altos reportados se encuentran China, Tailandia e Indonesia, donde más de tres cuartas partes de los adultos ven una atención mediática positiva para los empresarios, y Grecia, India y México reportan alrededor de la mitad de este nivel. Mientras que la tasa de adultos que consideran que la iniciativa empresarial es una buena opción profesional es del 45%, la tasa en Turquía es del 81%. Es el 65 por ciento entre los países que participaron en el estudio GEM. Además, en México y la India el 47% de los adultos creen que los empresarios son bien considerados y gozan de un alto estatus, mientras que esta tasa es del 72% en Turquía.

Cuando se examinan las densidades tecnológicas de las empresas en el mundo, se observa que hay una intensa presencia de empresas de nueva creación en los sectores de la información y la tecnología. Según las estadísticas sobre pequeñas y medianas empresas de TurkStat publicadas en 2016, el 99,8% del total de empresas de Turquía en 2014 estaba compuesto por PYMES. Cuando se examina la densidad tecnológica de las empresas de la industria manufacturera, se observa que el 59,7% de ellas utiliza tecnología baja, el 31% utiliza tecnología media-baja, el 9,1% utiliza tecnología media-alta y sólo el 0,3% utiliza tecnología alta. En cuanto a la gran proporción de productos manufacturados en las exportaciones de Turquía, se observa que Turquía exporta productos de tecnología baja y media-baja, mientras que importa productos de alta tecnología.

A fin de romper este ciclo, es importante que se establezca una cooperación eficaz entre la universidad y la industria y que se fomente la utilización de recursos humanos especializados en ámbitos tecnológicos temáticos para las iniciativas empresariales. Según el Índice de Universidades Emprendedoras e Innovadoras de 2018, elaborado por TÜBİTAK, la Universidad de Çukurova ocupa el 27º lugar y la Universidad de Mersin el 40º en lo que respecta a sus resultados en materia de iniciativa empresarial e innovación. Con su amplia red académica, compuesta por 6 universidades y una industria bien establecida, la región de Çukurova puede estimular el potencial de la joven iniciativa empresarial centrada en esferas de alta tecnología que aún no se ha revelado mediante la cooperación entre la universidad y la industria.

Oportunidades o desafíos?

En Turquía hay un número bastante grande de obstáculos a las oportunidades de iniciativa empresarial de los jóvenes, pero hay muchas circunstancias que están ayudando a este país a fomentar mejores entornos de crecimiento. Por ejemplo, la inversión turca en investigación y desarrollo se encuentra entre las treinta primeras del mundo. Además, una "marea" de jóvenes, de quince a veinticuatro años, está a punto de entrar en el mercado

laboral, en un momento en el que recientemente ha habido importantes despidos. Según el Instituto de Estadística de Turquía, el 18,6% de los desempleados se encuentran en este grupo de edad. Esto puede contribuir a aumentar las entradas en las carreras empresariales. Además, Turquía proporciona un buen acceso general a la tecnología de las comunicaciones, ocupando el 16º lugar en el mundo en cuanto a acceso al ancho de banda de Internet, y el 41º en cuanto al número de servidores seguros de Internet per cápita. Esto puede suscitar un nuevo interés por las oportunidades de creación de empresas no tradicionales.

Si se consideran los retos a los que se enfrentan los jóvenes empresarios en general, puede decirse que hay muchos obstáculos, como el alto costo de dirigir una burocracia ineficiente e incoherente, la dificultad de proteger los derechos de propiedad intelectual, la falta de educación e información, la dinámica de los mercados monopolísticos y el acceso limitado al capital.

- Educación, capacitación y conocimientos
- Acceso a la financiación
- Impuestos y regulación
- Derechos de propiedad intelectual
- Cultura
- Habilidades empresariales
- Falta de mentores cualificados
- Condiciones del mercado

El mercado interno, por otra parte, muestra una estructura muy débil considerando el nivel de sofisticación. La baja demanda de productos innovadores es otro problema.

De acuerdo con la posición geopolítica del país, debido a su proximidad a los países del Oriente Medio, la tendencia a evitar el riesgo y la incertidumbre entre los jóvenes crea desventajas a un nivel significativo. Además, la falta de capital suficiente y la incapacidad de proporcionar subvenciones a todos los jóvenes puede considerarse una amenaza para el espíritu empresarial. Se considera una importante oportunidad que instituciones como la KOSGEB proporcionen información y apoyo financiero a los nuevos empresarios. La capacitación empresarial impartida gratuitamente aumentó el nivel de conciencia sobre la capacidad empresarial en la sociedad y permitió el establecimiento de más empresas y la supervivencia de las empresas establecidas a un nivel más alto. Ese apoyo crea importantes oportunidades para los nuevos empresarios.



Imagen de cookie_studio / freepik.com

1.3. Introducción a las zonas rurales como una oportunidad empresarial para los jóvenes

La economía ha cambiado drásticamente en el último decenio, y que Internet está creando nuevas oportunidades para que las pequeñas empresas compitan y sean verdaderos generadores de riqueza. La juventud rural reconoce que los mercados que no eran accesibles antes del advenimiento de la World Wide Web, ahora pueden ser alcanzados con éxito incluso desde la comunidad más remota. En consecuencia, están buscando clases de espíritu empresarial en sus escuelas e iniciando microempresas ya desde la escuela primaria.

¿Quiénes son estos jóvenes empresarios? Van desde un estudiante de la escuela primaria que regenta un exitoso puesto de limonada en una calurosa tarde de verano, hasta un recién graduado que inicia una nueva empresa o comienza a revitalizar un negocio existente. Los jóvenes empresarios muestran una pasión por crear. Cuando se canalizan y combinan con la educación empresarial y la experiencia en el mundo real, pueden encontrar negocios

con una riqueza significativa y un potencial de creación de empleo. Comprometerse, equipar y apoyar a los jóvenes empresarios son claves para la vitalidad y la sostenibilidad a largo plazo de las comunidades rurales.

Estamos siendo testigos de otra tendencia en nuestro trabajo con las comunidades rurales: un número creciente de estudiantes de secundaria y universitarios preferirían volver a sus ciudades natales rurales si hubiera buenas oportunidades profesionales disponibles. El creciente interés en las carreras empresariales, combinado con el deseo de "volver a casa", crea importantes oportunidades para que los dirigentes rurales empiecen a invertir las tendencias históricas de emigración y revitalicen sus comunidades.

Las definiciones de empresario "rural" y "remoto" varían, y a veces se definen por el número de personas que viven en un lugar, y a veces por la distancia a la que vive un empresario de los servicios esenciales. El desarrollo rural está, más que nunca, vinculado a la iniciativa empresarial. Las instituciones y las personas que promueven el desarrollo rural consideran ahora que la iniciativa empresarial es una intervención de desarrollo estratégico que podría acelerar el proceso de desarrollo rural. Además, las instituciones y las personas parecen estar de acuerdo en la necesidad urgente de promover las empresas rurales: los organismos de desarrollo consideran que la iniciativa empresarial rural tiene un enorme potencial de empleo; los políticos la consideran la estrategia clave para prevenir el malestar rural; los agricultores la consideran un instrumento para mejorar los ingresos agrícolas; y las mujeres la consideran una posibilidad de empleo cerca de sus hogares que proporciona autonomía, independencia y una menor necesidad de apoyo social. Sin embargo, para todos esos grupos, la capacidad empresarial es un vehículo para mejorar la calidad de vida de las personas, las familias y las comunidades y para mantener una economía y un medio ambiente sanos.

Aunque la agricultura sigue proporcionando hoy en día ingresos a las comunidades rurales, el desarrollo rural está cada vez más vinculado al desarrollo empresarial. Dado que las economías nacionales están cada vez más globalizadas y la competencia se intensifica a un ritmo sin precedentes, afectando no sólo a la industria sino a cualquier actividad económica, incluida la agricultura, no es de extrañar que la iniciativa empresarial rural esté cobrando su importancia como fuerza de cambio económico que debe tener lugar para que muchas comunidades rurales sobrevivan. Sin embargo, la iniciativa empresarial exige un entorno propicio para poder prosperar.

Es urgente la necesidad de crear oportunidades económicas viables para hacer participar a la juventud rural. Al mismo tiempo, el actual aumento de la población juvenil ofrece una oportunidad sin precedentes para que los profesionales y los gobiernos aprovechen la energía, la motivación y la innovación de esos jóvenes para impulsar el desarrollo económico y el cambio social, al tiempo que se abordan las apremiantes necesidades de seguridad alimentaria. Para la juventud rural en particular, la creación de nuevas empresas en el sector agrícola puede representar una oportunidad importante y viable para ganarse la vida dignamente. El aumento de las oportunidades de empleo significativas a lo largo de la cadena de valor agrícola puede dar a los jóvenes rurales la oportunidad de realizar un trabajo productivo y superar los desafíos. Una esfera de oportunidad que a menudo se pasa por alto es la "economía ecológica" (por ejemplo, la energía solar, la agricultura orgánica), que tiene el potencial de convertirse en un sector de crecimiento para la juventud rural.

1.4. Emprendimiento Social

1.4.1 Que es el Emprendimiento Social?

La iniciativa empresarial tiene como objetivo principal abordar los apremiantes retos sociales y satisfacer las necesidades sociales de manera innovadora, sirviendo al mismo tiempo al interés general y al bien común en beneficio de la comunidad. En pocas palabras, la iniciativa empresarial social apunta a lograr un impacto social principalmente, más que a maximizar las ganancias, en su esfuerzo por llegar a los grupos más vulnerables y contribuir a un crecimiento inclusivo y sostenible.

Un empresario social es alguien que reconoce un problema social y utiliza los principios empresariales para organizar, crear y gestionar un emprendimiento para lograr un cambio social. Mientras que un empresario empresarial suele medir el rendimiento en términos de beneficios y rentabilidad, un empresario social se centra en la creación de capital social. Así pues, el principal objetivo del empresariado social es promover los objetivos sociales y ambientales.

El objetivo del empresario social no se centra en obtener beneficios de la solución adoptada, sino en generar un impacto en la sociedad. Además, las soluciones adoptadas animan a otras personas a convertirse en emprendedores sociales.

La definición más simple de empresa social más o menos precisa.

- Una organización con fines de lucro con una misión social.
- Se comporta como un negocio pero busca alcanzar objetivos sociales y financieros. Es sostenible y cubre sus costos.
- Un enfoque que resuelve los problemas sociales utilizando métodos comerciales.

Los emprendedores sociales son individuos con soluciones innovadoras para los desafíos sociales, culturales y ambientales más apremiantes de la sociedad. Son ambiciosos y persistentes, abordan los principales problemas y ofrecen nuevas ideas para el cambio a nivel de los sistemas.

1.4.2 Los tipos de empresas sociales

Los empresarios sociales son innovadores que se comprometen con la necesidad de la sociedad y con la elaboración de productos y servicios que resuelvan los problemas y las cuestiones sociales. A diferencia de los emprendimientos y empresas tradicionales, su objetivo es hacer del mundo un lugar mejor para vivir, y no tomar parte en el mercado o generar ganancias para los fundadores. Los empresarios sociales pueden clasificarse en general como:

- Sin ánimo de lucro
- Con fines de lucro, o
- Híbrido

Dado que el empresariado social no tiene una definición concreta, los grupos que se centran en el empresariado social también pueden clasificarse en:

CONCIENCIA

Hay una variedad de empresas y empresarios sociales que tratan de concienciar a la gente sobre un problema, una causa o una segunda marca que resuelva un problema social. Estas empresas atraen una mayor atención para atraer la ayuda de una comunidad que puede exceder la comunidad local. En cierto sentido, las marcas de sensibilización aportan soluciones de gran alcance para resolver el problema social.

SIN ÁNIMO DE LUCRO

Cuando la mayoría piensa en las organizaciones sin fines de lucro, no consideran que este sea un modelo de "negocio". Sin embargo, una organización sin fines de lucro puede ser sostenible sin generar beneficios. Una organización sin fines de lucro no tiene que existir solamente con donaciones de los donantes. Aunque muchos lo hacen, el trabajo de una empresa y los ingresos obtenidos pueden servir para sostener las prácticas comerciales, pagar los salarios y hacer donaciones para las causas que se pretende abordar. En la mayoría de los países, las organizaciones sin fines de lucro se benefician de exenciones fiscales y de leyes comerciales menos restrictivas, lo que las convierte en una forma ágil de empresa social.

CON FINES DE LUCRO

Para los beneficios son los negocios que tienen un objetivo declarado de aumentar su margen de beneficios, pero que aún así mantienen un objetivo social. Las empresas de ropa que crean una mayor transparencia en la industria textil son ejemplos de ello. Un ejemplo específico es Everlane. Mantienen el enfoque de la transparencia en las prácticas y en los precios para asegurar precios y salarios justos. Negocios como Everlane son similares a una marca de concienciación, pero obtienen beneficios para reinvertir en la causa social. El negocio no sólo es sostenible, sino también próspero.

“UNO POR UNO”

El modelo "One for One" se ha hecho famoso por marcas como TOMS y Warby Parker. Blake Mycoskie viajó a Argentina en 2006 y vio las dificultades de los niños sin zapatos. Esta lucha lo llevó a introducir un modelo de exposición simple que era eficiente, duradero y asequible. Por cada par de zapatos vendidos, le dan un par a un niño necesitado. TOMS opera con fines de lucro y se ha expandido para abordar otras cuestiones sociales como el cuidado de los ojos a precios asequibles.

Aparte de éstas, hay organizaciones que se centran en el empoderamiento de los emprendedores sociales; crean una plataforma para conectar a estos emprendedores sociales con personas de ideas afines, mentores y agencias de financiación. Ayudan a seguir fortaleciendo y fortificando los diversos modelos de emprendimientos sociales.

1.4.3 Porque necesitamos empresas sociales?

Las empresas sociales son negocios que están cambiando el mundo para mejor. Al igual que los negocios tradicionales, su objetivo es obtener beneficios, pero lo que los diferencia es lo que hacen con sus ganancias, reinvirtiéndolas o donándolas para crear un cambio social positivo. Las empresas sociales están en nuestras comunidades y en nuestras calles principales, desde cafeterías y cines, hasta pubs y centros de ocio, bancos y empresas de autobuses.

Al vender bienes y servicios en el mercado abierto, las empresas sociales crean empleo y reinvierten sus beneficios en su negocio o en la comunidad local. Esto les permite abordar los problemas sociales, mejorar las oportunidades de vida de las personas, proporcionar formación y oportunidades de empleo para los más alejados del mercado, apoyar a las comunidades y ayudar al medio ambiente.

Están creando puestos de trabajo y oportunidades para los más marginados de la fuerza de trabajo, transformando las comunidades en las que trabajan y haciendo realidad los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Es un negocio para bien y cuando se benefician, la sociedad se beneficia.

1.4.4 ¿Cuáles son las diferencias entre los negocios sociales y los regulares?

Los empresarios, ya sean sociales, corporativos o de cualquier otro tipo, se centran principalmente en la creación de beneficios, ya sea para la organización o el bienestar social. La principal responsabilidad es beneficiar a las personas ya sea dentro o fuera de la organización. Los empresarios tienden a iniciar un emprendimiento comercial con el fin de introducir cambios en su estilo de vida y en su rutina, y tienden a impulsar el desarrollo social y económico. La iniciativa empresarial es generar un negocio, iniciar y dirigir una nueva empresa y mantenerla a largo plazo. Los empresarios asumen y corren riesgos, están centrados, son decididos, innovadores y creativos, tienen confianza y son audaces, poseen una actitud de "se puede hacer" y "se puede conseguir". Están auto-motivados y tienen una fuerte ética de trabajo y habilidades sociales. Lo mejor de la iniciativa empresarial es que la idea de negocio puede ser pequeña o grande, ya sea en una zona urbana o rural, que implica cualquier cantidad de capital, tangible o intangible, que da una oportunidad de crecer y hacer cambios en la sociedad a la persona o grupo que genera la idea. Esos cambios pueden ir desde la generación de oportunidades de empleo hasta el impacto positivo en la sociedad.

El fomento de la idea y el concepto de iniciativa empresarial siempre conduce a una economía más mejorada y satisfactoria, ya que da a las personas la libertad de convertir su sueño o idea en un plan de negocios completo,

generando más empleo, lo que lleva a mejorar el nivel de vida y el bienestar de las personas, dando lugar a una economía desarrollada. Se considera que los empresarios son el activo nacional que debe alentarse, motivarse y remunerarse en la mayor medida posible.

Los empresarios tienen una poderosa capacidad para cambiar la forma en que una sociedad sobrevive y funciona. Si tienen éxito, sus innovaciones pueden mejorar nuestro nivel de vida. En resumen, un emprendedor no sólo crea riqueza y genera beneficios de la empresa, sino que también crea puestos de trabajo y las condiciones para una sociedad en desarrollo.

EMPRESARIOS CORPORATIVOS

En los últimos dos decenios, se ha reconocido que la iniciativa empresarial es un medio prospectivamente viable para promover y mantener el rendimiento, la renovación y la competitividad empresarial de una organización. Las actividades empresariales ayudan a las organizaciones a desarrollar nuevas líneas de negocios que aumentan las fuentes de ingresos. Las actividades empresariales también mejoran la cultura de trabajo de una empresa al promover innovaciones de productos y procesos, lo que conduce al éxito. La iniciativa empresarial está incorporando innovaciones de productos que conllevan riesgos, son proactivas y progresivas. Estas actividades de la iniciativa empresarial pueden mejorar el crecimiento y la rentabilidad de la organización y su impacto puede aumentar con el tiempo, dependiendo del entorno competitivo de la organización. Las pruebas prácticas son contundentes de que la Iniciativa Empresarial Corporativa impulsa el rendimiento de la empresa al aumentar su proactividad y su disposición a asumir riesgos, y al instigar el desarrollo de nuevos productos, procesos y servicios mejorando su competitividad.

La creación de una actividad empresarial corporativa no es una tarea fácil, ya que implica cambiar los patrones de comportamiento interno de una organización. El entorno juega un papel importante e influye radicalmente. Se ha convenido en que el entorno externo es un factor importante que conduce a la actividad empresarial corporativa.

El Empresariado Corporativo ha sido conocido por renovar y revitalizar las empresas actuales. Sirve de instrumento para el desarrollo empresarial, el crecimiento de los ingresos, el aumento de la rentabilidad y el fomento, el desarrollo y la innovación de productos, servicios y procesos.

EMPRENEDORES SOCIALES

Un sector de la industria que crece rápidamente y es dinámico hoy en día, los empresarios sociales desempeñan un papel fundamental en el suministro de productos y servicios con el principal motivo de crear bienestar social, operando desde una perspectiva de tres niveles de resultados que benefician a las personas, al planeta y a los beneficios. Los beneficios de las empresas sociales se reinvierten en la empresa en lugar de distribuirse entre los interesados y los fundadores. Las empresas sociales funcionan según diferentes modelos. Esas empresas tienen

una estructura jurídica totalmente diferente, lo que las distingue de las organizaciones benéficas, al ser autosuficientes gracias a los ingresos. Las empresas sociales han sobrevivido persistentemente para cualquier economía y contribuyen notablemente a los ingresos.

El empresariado social da prioridad a mucho más que la simple generación de un beneficio, y mide su rendimiento basándose en el impacto que el negocio tiene en la sociedad así como en la economía. Esta responsabilidad de centrarse en la generación y la maximización de rendimientos sociales positivos diferencia a la empresa socialmente emprendedora de los planteamientos convencionales y anticuados de "responsabilidad social de las empresas", que tienden a ocurrir sólo cuando las empresas han obtenido beneficios saludables.

Las personas que encuentran un sentido a su trabajo están pasando al empresariado social, que mata dos pájaros de un tiro al ayudar a la sociedad y tener éxito en sus ambiciones con un enfoque totalmente diferente. Los empresarios sociales están demográficamente dispersos por todo el mundo, desde los jóvenes hasta los mayores y con diferentes tipos de antecedentes, estatura y educación.

BASES	EMPREDIMIENTO CORPORATIVO	EMPREDIMIENTO SOCIAL
OBJETIVO PRINCIPAL	Construir un negocio y maximizar los beneficios	Creando el cambio social
CREACIÓN DE RIQUEZA	La riqueza es igual a los beneficios	Riqueza significa crear y mantener el capital social y ambiental
MEDIDA DE LA RENTABILIDAD	Beneficiando a los accionistas e inversores	Participar en actividades con fines de lucro
INVERSORES	Capitalistas de riesgo	Filántropos
ÉNFASIS EN EL EQUIPO Y EL INDIVIDUO	Los capitalistas de riesgo invierten en los negocios sobre la base del equipo de liderazgo de la empresa y la organización que lo apoya	Los individuos recaudan y donan dinero para causas benéficas sobre la base de la viabilidad del proyecto medido por el individuo a cargo.
MEDICIÓN DEL RENDIMIENTO	Los empresarios de las empresas pueden confiar en medidas de rendimiento relativamente tangibles y cuantificables, como	La medición del cambio social es difícil debido a sus características no cuantificables y multicausales, y a las

BASES**EMPREDIMIENTO CORPORATIVO****EMPREDIMIENTO SOCIAL**

	los indicadores financieros, la cuota de mercado, la satisfacción del cliente y la calidad.	diferencias perceptivas del impacto social creado.
--	---	--

1.4.5 El empresariado social como posibilidad para el desarrollo rural

El desarrollo rural se basa en muchos factores relacionados con la actividad económica, política y jurídica, social. Las zonas rurales tienen una situación económica y social específica. La mayoría de las zonas rurales se basan en la agricultura y la ganadería. La cambiante situación demográfica de los ciudadanos que emigran, especialmente de las zonas rurales, las zonas no vivas existentes y los edificios, exigen algunas actividades específicas y una atención especial en las zonas rurales. Se necesitan decisiones innovadoras para la solución de estos problemas. En los países de la Unión Europea, desde hace más de 10 años las empresas sociales y las empresas sociales son los agentes más importantes de la economía social. El empresariado social se convirtió en el eje de atención de los documentos políticos y jurídicos de la UE porque se observó que la economía se orienta más hacia lo social e involucra a todas las esferas de nuestra vida. Y este enfoque no sólo cuenta con los servicios sociales como la enfermería, la atención sanitaria, etc. Los negocios sociales se orientaron a una actividad diversificada, que involucra todo tipo de negocios y emprendimientos. La agricultura, la ganadería y otras actividades rurales en las granjas siguen siendo ahora los principales sectores.

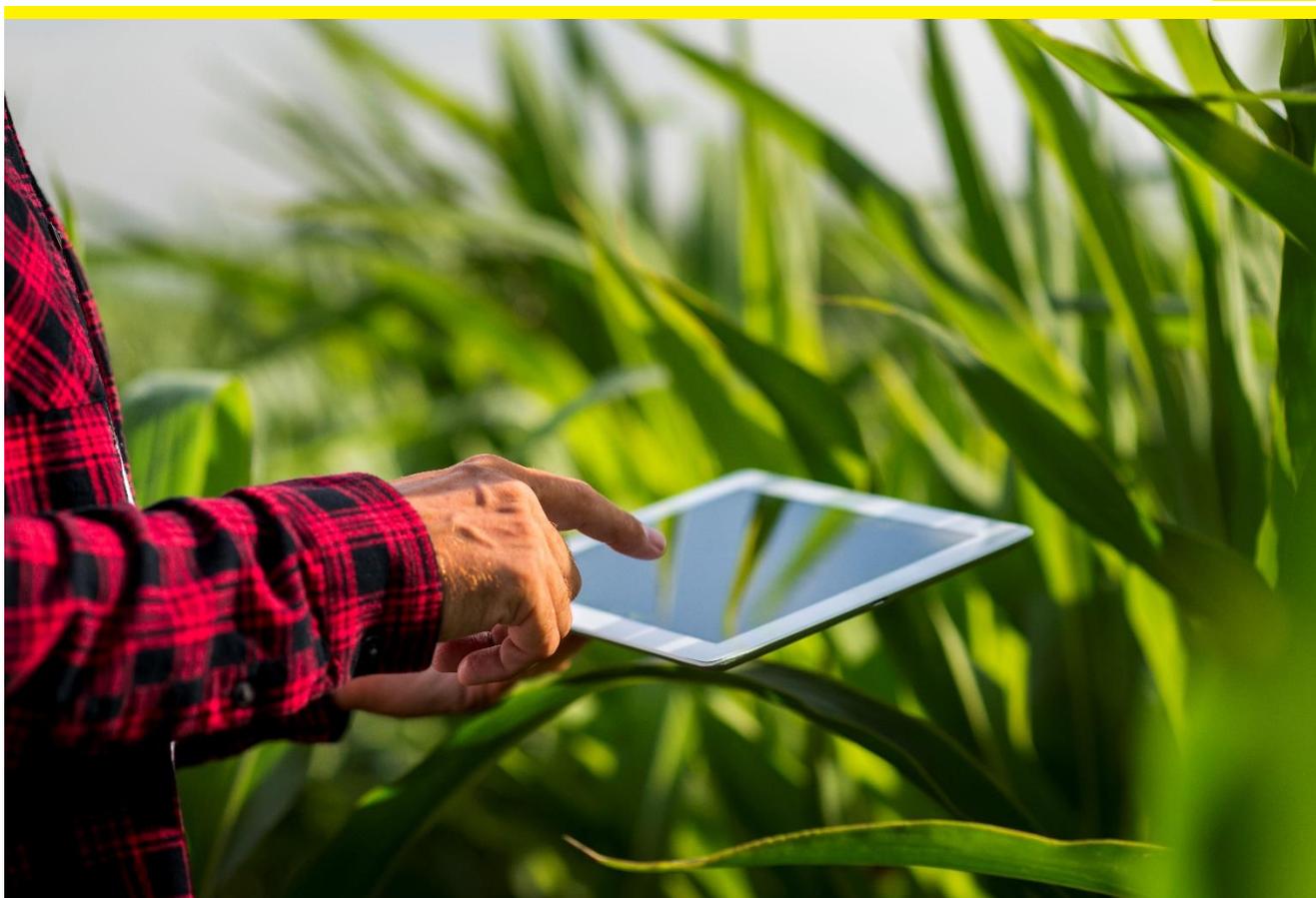


Imagen de freepik / freepik.com

Muchas regiones rurales se enfrentan a una continua migración del campo a la ciudad, que no sólo acentúa la escasez sino que también distorsiona el equilibrio de edad, género y socioeconómico al agotar la población de personas jóvenes, bien educadas y económicamente activas. Al mismo tiempo, hay un impulso creciente hacia una mayor eficiencia en el uso de los recursos públicos, que se reducen constantemente.

Consideradas en conjunto, estas tendencias constituyen algo así como una "tormenta perfecta": los cambios demográficos aumentan la necesidad de servicios y, al mismo tiempo, disminuyen los recursos para los servicios. Esto hace que sea increíblemente difícil mantener niveles aceptables de bienestar y vitalidad económica en las comunidades rurales. Se ha sugerido la innovación social (IS) como una posible forma de hacer frente a estos desafíos.

El empresariado social es una de las formas más innovadoras de lograr una mejor calidad de vida, la independencia y la inclusión en la sociedad de las personas de los grupos vulnerables. Es un instrumento para el desarrollo rural sostenible. La inversión en el empresariado social puede convertirse en un factor clave para proporcionar empleo y desarrollar iniciativas empresariales que conduzcan al desarrollo rural sostenible. El

empresariado social es un paradigma que puede considerarse como una de las soluciones para reducir la pobreza, la migración, la despoblación y la retención de la población activa en las zonas rurales.

El empresariado social desempeña un papel fundamental en la construcción de comunidades rurales prósperas. Las empresas sociales rurales proporcionan desarrollo económico sostenible, oportunidades de empleo, cohesión comunitaria y más. Sin embargo, estos empresarios sociales rurales se enfrentan a desafíos singulares, desde problemas para encontrar financiación hasta la creación de redes y la colaboración con otros empresarios sociales, desde el tamaño del mercado hasta la falta de infraestructura y servicios pertinentes y más. Esto significa que un enfoque único del desarrollo de empresas sociales no funciona para las empresas sociales rurales.

La iniciativa empresarial rural puede contribuir al desarrollo de las zonas rurales mediante una buena gestión de los recursos locales. La iniciativa empresarial rural, conceptualmente hablando, no difiere mucho de la iniciativa empresarial. De hecho, podría considerarse que la iniciativa empresarial rural utiliza el proceso y los métodos de la iniciativa empresarial para explotar el potencial no explotado de las zonas rurales, a fin de lograr el crecimiento y el desarrollo.

1.5. Tendencias en el empresariado juvenil en todo el mundo

El empresariado juvenil también es atractivo para los responsables políticos debido a los altos índices de empresariado latente entre los jóvenes. Las investigaciones de la UNCTAD muestran que los jóvenes empresarios son especialmente activos en sectores de alto crecimiento y responden a las nuevas tendencias económicas. Es más probable que los jóvenes empresarios creen puestos de trabajo a gran escala en empresas de alto crecimiento. Por lo tanto, los jóvenes empresarios podrían hacer una contribución clave a la prosperidad mundial.

Al igual que todos los grandes empresarios, los jóvenes empresarios ven los grandes problemas como oportunidades masivas y han logrado convencer a los empleados, clientes e inversores de que seguir el camino que están siguiendo podría muy bien cambiarles la vida.

Con respecto a los buenos ejemplos de negocios que son iniciados por jóvenes empresarios menores de 30 años, hay 4 temas comunes:

1. LA INNOVACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE CONSUMO ESTÁ DE MODA

La innovación ha sido un tema común entre las empresas de jóvenes empresarios. Sols está creando ortopedias personalizadas en 3-D a partir de fotos de sus pies tomadas en un iPad. Athos hace ropa de ejercicio que medirá cómo se mueve tu cuerpo y cuán duro trabajan tus músculos. Soylent hackea tu mesa con un sustituto de comida en polvo que supuestamente contiene todos los nutrientes que un humano necesita para vivir. Casper interrumpe la industria de los colchones con un producto asequible y directo al consumidor que es muy cómodo. Esta es la innovación no por el bien de la innovación, sino con la intención de mejorar nuestras vidas. No hay nada pequeño o fácil en lo que estas empresas están tratando de lograr.

2. LA INTERRUPCIÓN VALE LA PENA

Las industrias con poca innovación son irresistibles para los empresarios, ya que piden a gritos una mayor eficiencia y la promesa de mejoras impulsadas por la tecnología. Dinesh Wadhvani, de ThinkLite, reinventó las bombillas LED para que encajen en las instalaciones existentes, de modo que las grandes empresas tengan una forma mucho más rentable de pasar a una iluminación de bajo consumo. Cuidado, General Electric. Avant sacude el sector bancario tradicional con una plataforma de préstamos al consumidor que se dirige a personas con calificaciones crediticias imperfectas. ZappRx de Zoe Barry está quitando el dolor de cabeza de la industria de prescripción de medicamentos especiales, y Stripe está comiendo tranquilamente el almuerzo de competidores arraigados en la industria global de pagos de comercio electrónico de 1,5 billones de dólares. Estas compañías

miran bien el status quo, identifican los puntos débiles y construyen sus compañías alrededor de soluciones creativas..

3. GRANDES REGLAS DE DATOS

Los grandes datos son un gran negocio hoy en día. La tecnología nos da montones de información sobre todo, desde publicaciones en Twitter hasta patrones de tráfico. Es información valiosa, siempre que sepas cómo recopilarla y analizarla. Next Big Sound utiliza los datos para ayudar a predecir los éxitos de la industria musical analizando las reproducciones de Pandora, las visitas a YouTube y el tráfico de los medios sociales. Poshly proporciona a las marcas de belleza una visión del consumidor que se refleja en los regalos de productos y en las asociaciones con los medios de comunicación. Y Knotch utiliza interfaces visuales como el espectro de colores para obtener información sobre las opiniones de las emociones de los consumidores, información que es valiosa tanto para los vendedores como para las empresas de medios de comunicación.

4. LOS MERCADOS ONLINE SE VUELVEN SOFISTICADOS

Todo el mundo tiene una presencia en línea en estos días. Y esa es una tremenda oportunidad, como varios de los jóvenes empresarios han descubierto. Shoptiques de Olga Vidisheva pone en línea pequeñas boutiques, dando a los negocios locales una presencia nacional. CoachUp es una plataforma que permite a los atletas conectarse con entrenadores privados para mejorar su juego. Wanderu agrega los horarios de los autobuses para que los viajeros puedan reservar viajes interurbanos en una sola plataforma. La Cebra ha construido una herramienta online para ayudar a los consumidores a comprar las mejores ofertas en seguros de automóviles. Y luego está Dos Veces, la versión online de su tienda local favorita de consignaciones. Estas compañías han construido tecnologías altamente sofisticadas para reunir a compradores y vendedores de una manera que no era posible hace unos años.

1.6. Estudios de casos de jóvenes empresarios

Hemos enumerado un catálogo de las mejores prácticas de los jóvenes empresarios en los países de los socios donde puedes aprender, inspirarte y tomar su ejemplo para iniciar tu propia empresa.

Puedes encontrar el catálogo aquí:

<https://eye-project.eu/outputs>.

Prueba rápida de conocimientos 1

Las pruebas de conocimiento, ayudarán a los alumnos a refrescar rápidamente lo que han aprendido en este módulo.

PREGUNTA 1

Una empresa con fines de lucro con el doble objetivo de lograr la rentabilidad y obtener beneficios sociales

- a) Negocio social
- b) Emprendimiento ecológico
- c) Emprendimiento social
- d) Emperndedor

PREGUNTA 2

El empresariado social siempre requiere la participación de fundaciones de caridad.

- a) Verdadero
- b) Falso

PREGUNTA 3

Los empresarios sociales suelen actuar en solitario y dependen menos de las redes de apoyo que los empresarios comerciales.

- a) Verdadero
- b) Falso

PREGUNTA 4

¿Cuáles son los beneficios de las empresas sociales?

Escribe 5 de ellos.

PREGUNTA 5

¿Cuál es la principal diferencia entre los empresarios tradicionales y los sociales?

- a) crear un modelo de negocio sostenible
- b) examinar las realidades del mercado y estudiar las tendencias para obtener un mejor rendimiento
- c) tomar en serio los medios sociales, el marketing online y el branding
- d) crear siempre valor para el mundo sin hacer hincapié en la maximización de los beneficios

Actividades

Las actividades se preparan para que los educadores y profesores enseñen habilidades específicas a los participantes.

Actividad 1

CREES QUE EL EMPRESARIADO SOCIAL ESTÁ SIENDO MALINTERPRETADO?

Introducción de la actividad

En un mundo en constante cambio, las organizaciones que se centran en el impacto social no tienen otra opción que reinventarse a sí mismas. De hecho, a medida que crece la demanda de soluciones para reducir las desigualdades, disminuir la pobreza y fomentar el espíritu comunitario, los medios a nuestra disposición para abordar tales cuestiones disminuyen. Por lo tanto, es esencial pensar en nuevos e innovadores modelos económicos. El empresariado social presenta una oportunidad extraordinaria para desarrollar la rentabilidad y el alto impacto como pilares del desarrollo sostenible. Esos modelos híbridos combinan la filantropía, los subsidios y las actividades generadoras de ingresos para generar diversos grados de ingresos (según la madurez del proyecto, su sector de actividad, etc.). Los nuevos motores del crecimiento y el desarrollo radican en nuevas formas de colaboración "win-win-win" con otros agentes, como el sector privado o el gobierno. En consecuencia, existen enormes oportunidades para que las organizaciones interesadas en nuevas formas de iniciativa empresarial que cambien el mundo se reinventen. Pero las preguntas correctas tienen que hacerse en el momento adecuado

Explicación de la actividad

Has decidido comprometerte a poner tu talento y tu energía en un proyecto de emprendimiento social; estás dirigiendo tu proyecto, tu actividad está funcionando pero te estás preguntando: ¿Cómo puedo desarrollarme sin perder de vista mi misión social? ¿Cómo dar una respuesta que responda al desafío social? ¿Cómo asegurar y aumentar mi impacto social? ¿Cómo conseguir la participación de otros actores de la sociedad? Tómese un tiempo ahora para ahorrar tiempo después. Todo emprendedor social debe preguntarse para tener una idea clara, desarrollar su proyecto y maximizar su impacto y obtener algunas respuestas a las siguientes preguntas:

1. ¿Qué problema social ha identificado y cómo está respondiendo a él?
2. ¿Cuál es su valor añadido?
3. ¿Cuál es su estrategia de desarrollo?
4. ¿Cuál es su modelo económico?
5. ¿Cómo acelera su desarrollo colaborando con otras partes interesadas de la sociedad?
6. ¿Cómo mide su impacto social?
7. ¿Cuál es el mejor modelo organizativo para su proyecto??

**Tiempo
previsto: 45
minutos**

MATERIALES NECESARIOS:

Un lienzo de modelo de negocios, una pegatina, un lápiz o bolígrafo o un ordenador

Alcance

El objetivo de esta actividad es darte algunas claves que te permitan pensar de forma diferente sobre tu proyecto de emprendimiento social. Debe ayudarte a verlo con más claridad y asegurar la relevancia del impacto social de tu proyecto. Algunas de las preguntas incluidas aquí pueden parecer complicadas y alejadas de tu vida cotidiana. Sin embargo, son esenciales para prepararte como emprendedor social.

Plan didáctico

ASIGNACIÓN DE TIEMPO	DESCRIPCIÓN
10'	Piense en el tipo de su empresa
10'	Revisa la información que has aprendido del libro en línea sobre el lienzo del modelo de negocios
25'	Responde a las preguntas anteriores

Actividad 2

¿POR QUÉ NECESITAMOS EMPRESAS SOCIALES?

Introducción de la actividad

El empresariado social es importante porque proporciona un marco para que las empresas encuentren su propio éxito en la búsqueda de ayuda a los demás. Es una fuente constante de motivación para los empleados, especialmente para la Generación Y, que es cada vez más escéptica sobre el entorno de trabajo corporativo tradicional.

Explicación de la actividad

Ve a dar un paseo por el centro de la ciudad. Anota los diferentes negocios por los que pasas. También puedes escribir comentarios y tomar fotos.

De vuelta en el lugar de entrenamiento, piensa en qué negocios son sociales y cuáles no. Y pregúntate "¿Por qué necesitamos empresas sociales?" y elige las razones que aceptes debajo de la lista.

1. Para llenar la brecha del problema entre las necesidades (bienes y servicios) no satisfechas por el gobierno, el sector público y el privado
2. Marginación del mercado y de la sociedad: discapacitados, pobres, viudas, niños, jóvenes
3. Proporcionar soluciones simples e innovadoras - nuevas formas de satisfacer las necesidades de la comunidad
4. Apoyar la reducción de la pobreza, el desempleo, la marginación y la vulnerabilidad
5. Asegurar el crecimiento y el desarrollo sostenibles
6. Los nuevos desafíos sociales necesitan soluciones innovadoras, simples y eficaces
7. Los gobiernos tienen un enfoque de arriba hacia abajo y no pueden satisfacer todas las necesidades de la comunidad (servicios impulsados por la oferta)
8. El sector privado también busca maximizar los beneficios y no atender las necesidades reales de las comunidades
9. El enfoque de SE en los temas sociales y las soluciones sociales en un proceso altamente interactivo - (productos y servicios impulsados por la demanda)
10. Los SE crean nuevas oportunidades y empleo.

**Tiempo
previsto:
1-2 horas**

MATERIALES NECESARIOS:

Alcance

El objetivo de esta actividad es darte algunas claves que te permitan pensar de forma diferente sobre tu proyecto de emprendimiento social. Debe ayudarte a verlo con más claridad y asegurar la relevancia del impacto social de tu proyecto. Algunas de las preguntas incluidas aquí pueden parecer complicadas y alejadas de tu vida cotidiana. Sin embargo, son esenciales para prepararte como emprendedor social.

Plan Didáctico

ASIGNACIÓN DE TIEMPO	DESCRIPCIÓN
60'	Analizando los negocios del centro de la ciudad
60'	Elija las declaraciones anteriores

Referencias

1. James Zhan, 2014, Latest Developments in FDI and Entrepreneurship Trends and Policies, UNCTAD
2. Francis Green, 2013, Youth Entrepreneurship, OECD
3. British Council, 2019, Situation of Social Entrepreneurs in Turkey
4. Ashoka, 2018, Leading-Social-Entrepreneurs-Booklet
5. The Hollings Center for International Dialogue, 2019, Social Integration through Entrepreneurship
6. Marta Maretich and Margaret Bolton, 2010, Social Enterprise: From Definitions to Developments in Practice
7. INC, Donne Fenn, 2016, 4 Emerging Trends That Young Entrepreneurs Are Getting Right, <https://www.inc.com/donna-fenn/2015-30-under-30-a-community-of-young-innovators.html>
8. www.ashoka.org
9. www.socialenterprise.org.uk
10. www.evpa.eu.com



Imagen de pressfoto / freepik.com

Tiempo
estimado de
lectura

110-120 minutos

MODULO 2

MARCO JURÍDICO DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL DE LOS JÓVENES

SOCIO: IED & All partners

PROYECTO 2018-2-TR01-KA205-060888

PLAN DE ESTUDIOS SOBRE EL ESPÍRITU EMPRESARIAL DE LOS JÓVENES



Propósito

El propósito de este módulo es adquirir conocimientos, habilidades y competencias básicas sobre el marco jurídico en Europa, Grecia, España, Polonia y Turquía. El módulo está dividido en dos partes, a) la cartografía de las formas jurídicas de negocio en cada país y b) un proceso de establecimiento paso a paso de estos tipos. Tras la lectura de este módulo, los alumnos tendrán una visión general de las formas existentes, y basándose en las ventajas y desventajas, la fiscalidad podrán aclarar qué forma es la más adecuada para ellos.

Resultados del Aprendizaje

En términos de **conocimiento**, el aprendiz sabrá:

- ✓ El marco jurídico de la iniciativa empresarial de los jóvenes en la UE y los diferentes Estados miembros.
- ✓ Las formas legales y los diferentes tipos de emprendimiento dentro de la legislación nacional de los estados miembros de la UE.
- ✓ Las diversas ventajas y desventajas entre los tipos.

En términos de **habilidades**, el aprendiz entenderá:

- ✓ Cómo funcionan los marcos legales en la UE y en los diferentes estados miembros.
- ✓ Cómo el empresariado es una alternativa positiva para el empleo.

En términos de **competencias**, el aprendiz será capaz de:

- ✓ Fundar su propia empresa de acuerdo con la UE y la legislación nacional.
- ✓ Elegir el tipo correcto de empresa.
- ✓ Superan las diversas barreras al iniciar su propia empresa;

2.1. Tipos de entidades jurídicas en los países del proyecto

Los procesos de establecimiento de una empresa en Europa y en todo el mundo se están llevando a cabo con arreglo a leyes nacionales e internacionales muy específicas. En este módulo, usted puede aprender cuáles son las entidades legales y cómo se puede iniciar un negocio en Grecia, España, Polonia, y en general en Europa. Si también desea aprender cómo iniciar un negocio en Noruega y en otros países puede asesorar al sitio web de Bridge West, una red de firmas legales internacionales, consultores y contadores que operan en más de 65 países.: <http://www.bridgewest.eu>.

2.1.1 Grecia

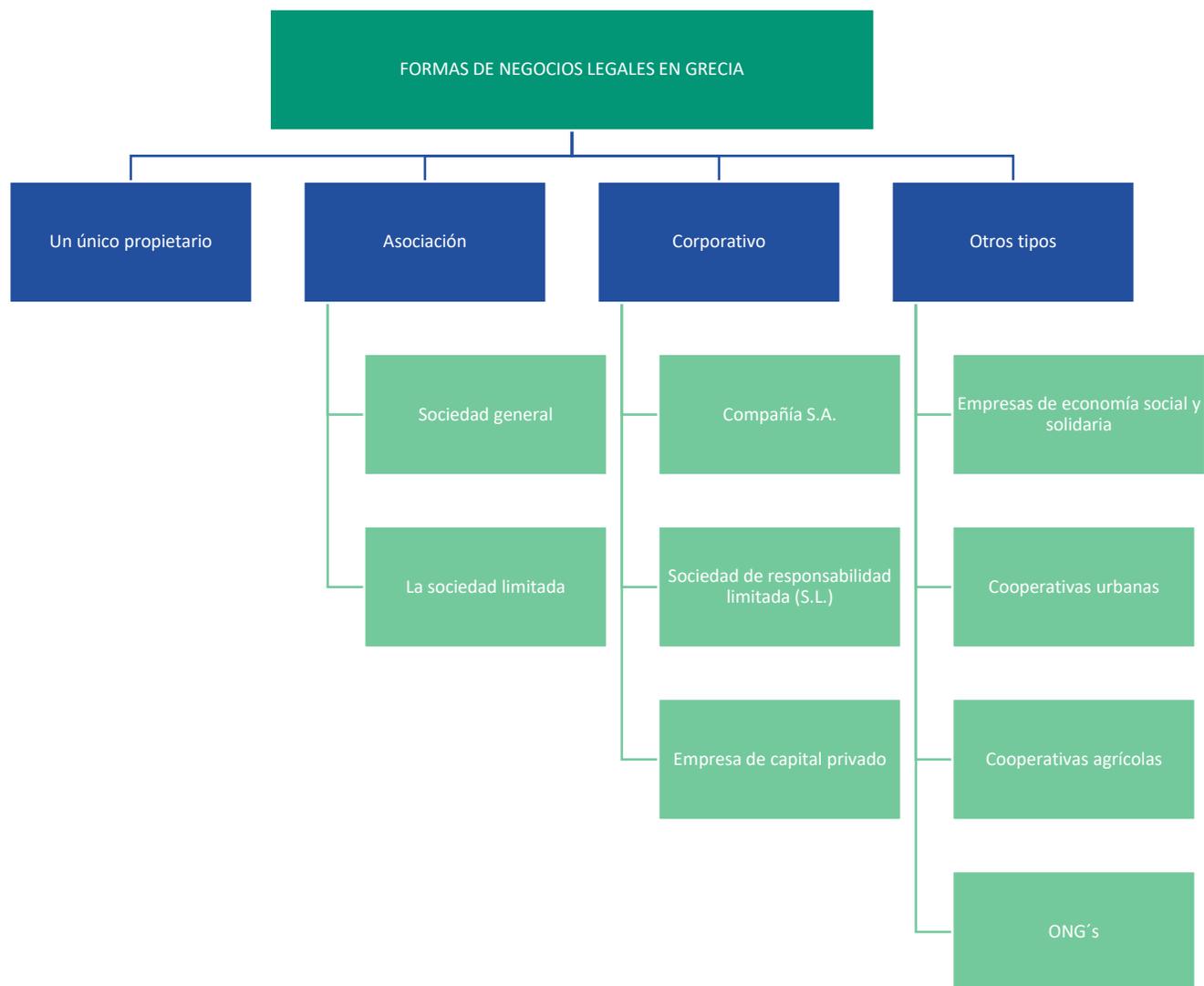
En Grecia, todas las entidades jurídicas requieren un conjunto de disposiciones de derecho interno e internacional para iniciar la actividad comercial. Cada entidad tiene sus propios criterios y se puede clasificar en función de ellos:

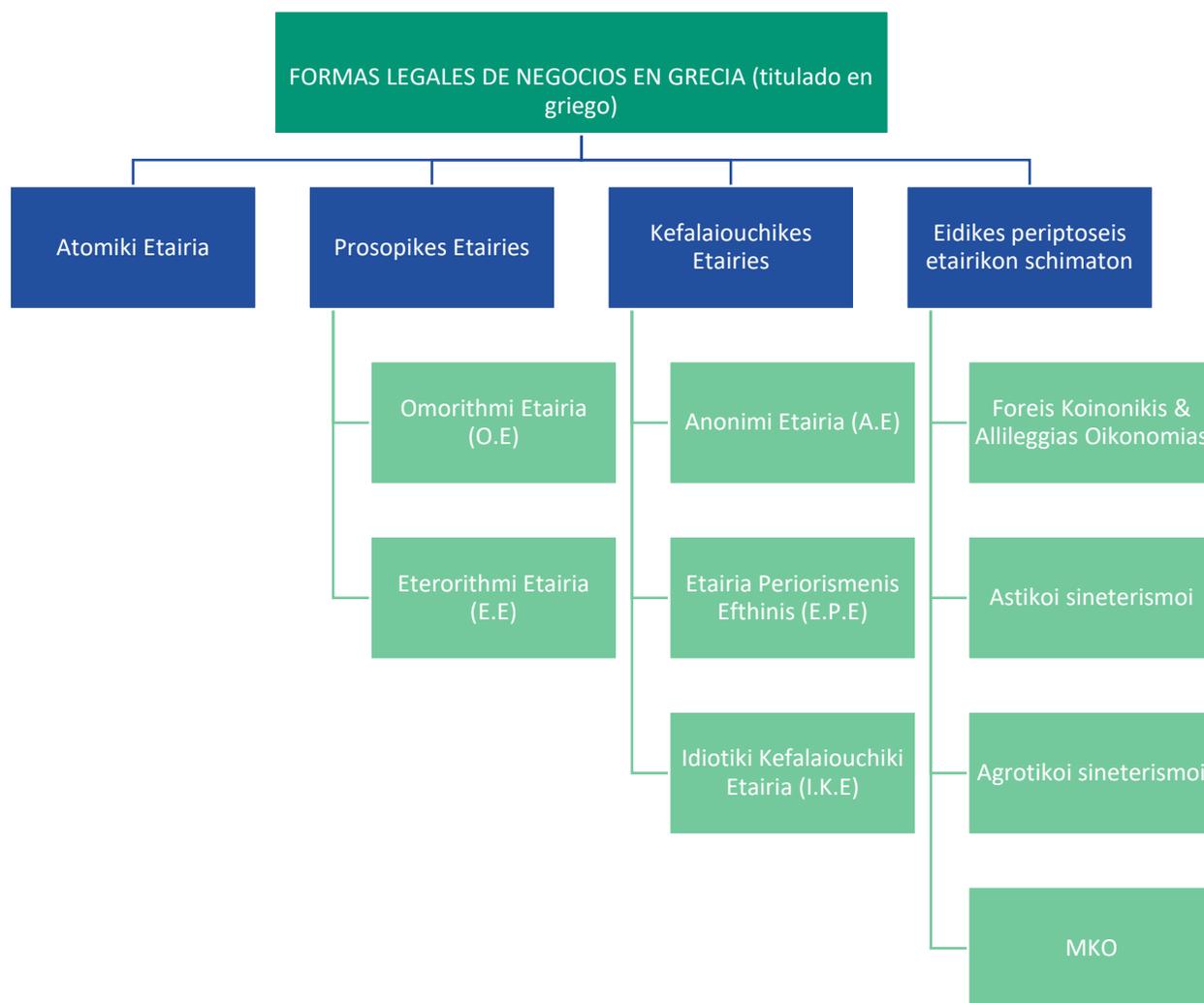
- la condición jurídica reconocida en la legislación griega (Empresariado Único, E.O., E.E., A.E., E.P.E. etc.)
- la actividad comercial
- el tamaño del negocio (pequeño, mediano, grande)

La lectura y el aprendizaje de cada entidad legal le ayudará a definir sus características y a señalar sus diferencias y similitudes.

Los nuevos y jóvenes empresarios deben decidir si van a confiar en sus propias fuerzas (empresa individual) o si van a establecer un negocio con una o más personas (sociedad o corporación).







1. Propiedad única – Atomiki Etairia

La propiedad exclusiva está muy extendida entre la población griega. Es la forma más antigua y simple de negocio de un individuo que trabaja solo o emplea a otros. La propiedad única ofrece ventajas esenciales en las empresas de pequeño tamaño en la agricultura, la artesanía y el comercio. Cuando se trata de un crecimiento a gran escala, se recomienda la forma corporativa.

SOCIEDAD O CORPORACIÓN

Sociedades y negocios corporativos propiedad de dos o más personas o socios que determinan la cooperación entre ellos en función del tipo de negocio definido. Los tipos básicos de sociedad y empresa son: Sociedad colectiva, Sociedad en comandita, Sociedad Anónima, Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.A.) y Sociedad de Capital Privado (S.C.P).

2. Asociación – Prosopikes Etairies

Las sociedades colectivas (en forma abreviada E.O. y E.E.) son las formas más sencillas de asociación entre dos o más personas con el objetivo de obtener beneficios. Estas empresas son propiedad de dos o más personas. Las E.O. y E.E. se dirigen principalmente a los empresarios que quieren iniciar un negocio familiar, un negocio con un amigo o un socio. Los procesos de toma de decisiones, el trabajo, los deberes, los gastos y los beneficios se comparten entre los socios. La principal diferencia entre la O.E. y la E.E. es el nivel de responsabilidad en las obligaciones empresariales. En la E.O., los socios son ilimitados y totalmente responsables de las obligaciones empresariales con sus propios bienes personales, mientras que en la E.E. los socios son los únicos responsables hasta el importe de su contribución a la empresa.

I. SOCIEDAD GENERAL – OMORITHMI ETAIRIA O.E

O.E es propiedad de dos o más individuos. Los socios de O.E. son responsables con sus bienes personales de las obligaciones de la empresa. Incluso después de la disolución de la empresa, los socios siguen siendo responsables de cualquier departamento existente de la empresa.

II. SOCIEDAD LIMITADA – ETERORITHMI ETAIRIA E.E

E.E es propiedad de dos o más individuos. En E.E se requiere la división o los socios en dos categorías. La primera categoría incluye a los socios generales y la segunda a los socios limitados. Esto significa que la sociedad debe estar compuesta por ambas categorías, uno o más socios generales y uno o más socios limitados. Sus principales diferenciaciones son en cuanto a las responsabilidades de gestión y las obligaciones comerciales. Los socios generales suelen encargarse del control general de la empresa, mientras que los socios comanditarios asumen responsabilidades y deberes en función de la cuantía de su participación en la empresa. Normalmente su contribución es una cantidad de dinero o una oferta como trabajo, etc. Cada categoría tiene una función específica. Por ejemplo, si un socio comanditario participa en los procesos de gestión de la empresa, pierde la condición de comanditario.

Legalmente, la E.E. se divide en i) sociedad limitada simple y ii) sociedad limitada por acciones. A los socios comanditarios simples no se les permite representar títulos, y los socios comanditarios por acciones representan títulos libremente transferibles.

3. Corporativo – Kefalaouchikes Etairies

El capital juega un papel importante en los negocios corporativos. Los socios sólo son responsables de las obligaciones empresariales si tienen obligaciones y dependen de los organismos públicos y de la seguridad social.

I. S.A COMPAÑÍA – ANONIMI ETAIRIA A.E

S.A requiere al menos dos personas, un residente griego y un extranjero. En S.A. el capital está dividido en acciones, y los socios no son responsables de las obligaciones de la empresa. La empresa, requiere un capital mínimo de 25.000

euros para su establecimiento. Este tipo de negocio tiene una duración limitada o ilimitada y los costos de establecimiento son bastante altos en comparación con las empresas antes mencionadas.

II. SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA LTD – ETAIRIA PERIORISMENIS EFTHINIS E.P.E

E.P.E es una empresa comercial aunque su propósito no sea comercial. Basándose en este marco, la ley prohíbe ciertas actividades como los seguros, la banca, los deportes, etc. En E.P.E., un consejo de administración realiza una Asamblea General una vez al año donde se eligen los Administradores. El capital de la empresa se divide en acciones y el proceso de toma de decisiones se realiza por la mayoría de los socios.

III. EMPRESA DE CAPITAL PRIVADO P.C.C – IDIOTIKI KEFALAIOUCHIKI ETAIRIA I.K.E

I.K.E requiere de dos o más personas para su establecimiento, y sus empresas preferidas de tamaño medio y grande. Al igual que en EPE, IKE es una empresa comercial. Tiene un proceso de establecimiento simple y rápido, y los costos de establecimiento y operación son bajos. Tiene flexibilidad en el proceso de toma de decisiones y no se requiere un capital mínimo. La duración de la empresa se limita a 12 años y es preferible para las pequeñas y medianas empresas.

4. Otros tipos de sociedades o empresas

I. EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA

Las empresas de economía social y solidaria se dividen en cuatro categorías.

- a) Las Empresas Cooperativas Sociales o Empresas Sociales, en griego tituladas como Koinonikes Sineteristikes Epicheiriseis Koin.S.Ep, que tienen como objetivo los beneficios colectivos y sociales. Koin.S.Ep se basan en propósitos específicos para a) la integración de grupos vulnerables o b) la integración de grupos especiales.
- b) Cooperativas sociales de responsabilidad limitada, en griego con el título de Koinonikoi Sinteterismoï Periorismenis Efthinis Koin.S.P.E
- c) Cooperativas de trabajo que tienen como objetivo las prestaciones sociales.

Las empresas están compuestas por al menos 5 individuos si la empresa tiene como objetivo el beneficio colectivo y social, y por al menos 7 individuos si la empresa tiene como objetivo la integración de grupos vulnerables o especiales.

II. COOPERATIVAS URBANAS

Las cooperativas urbanas están formadas por al menos 15 personas con un propósito económico que tienen como objetivo el desarrollo económico, social y cultural de sus miembros. Estas cooperativas trabajan en campos como la producción, el consumo, la súplica, el transporte y el turismo..

II. COOPERATIVAS AGRÍCOLAS

Como cooperativas agrícolas se considera cualquier sector o actividad de la economía agrícola, como la apicultura, el agroturismo, la ganadería, etc. Esta forma de cooperativas tiene fines comerciales y está formada por al menos 20 personas.

III. ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL

Las ONG son entidades jurídicas constituidas por personas o grupos de personas. Las ONG pueden clasificarse en a) Empresa urbana sin fines de lucro, b) Asociación y c) Fundación de beneficencia. Un elemento indispensable de una ONG es la actividad sin fines de lucro, independientemente de las calificaciones que le den sus fundadores. Una ONG distribuye los beneficios para lograr sus objetivos.

Tabla 1 Ventajas y desventajas de las formas de negocio mencionadas.

	Ventajas	Desventajas
<p>PROPIEDAD ÚNICA (recomendado para las pequeñas empresas)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El propietario tiene el control completo de las actividades comerciales • Un proceso de configuración simple y fácil • Flexibilidad y toma de decisiones y ejecución inmediata • No se requiere un capital mínimo • No se requiere la participación de un notario • Bajos costos fijos (operacionales y de organización) • -Impuestos bajos 	<ul style="list-style-type: none"> • El propietario asume todo el riesgo del negocio • Dificultades de expansión • Acceso limitado a los mercados de capital
<p>COLABORACIÓN O.E</p>	<ul style="list-style-type: none"> • No se requiere un capital mínimo de inicio • La participación del notario es opcional • Bajos costos fijos (operacionales y de organización) 	<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad ilimitada y personal, incluyendo la propiedad personal, a las obligaciones de la empresa • Dificultades para encontrar una fuente

		Ventajas	Desventajas
		<ul style="list-style-type: none"> Los asociados participan en los procesos de gestión 	de financiación a largo plazo
	E.E	<ul style="list-style-type: none"> No se requiere un capital mínimo de inicio La participación del notario es opcional Los socios comanditarios tienen una responsabilidad limitada en las obligaciones comerciales, justo cuando no participan en los procesos de gestión 	<ul style="list-style-type: none"> Responsabilidad ilimitada y exclusiva hasta el importe de su contribución a las obligaciones comerciales
CORPORATIVO	A.E	<ul style="list-style-type: none"> Los socios no son responsables de las obligaciones de la empresa La cooperación de los habitantes griegos y los extranjeros 	<ul style="list-style-type: none"> Se requiere un capital mínimo de 25.000 euros Costos operacionales medios y altos El proceso de toma de decisiones se realiza en la Asamblea General y en la junta de directores
	E.P.E	<ul style="list-style-type: none"> Los socios son responsables, hasta el monto de su participación, de las obligaciones de la empresa Proceso de establecimiento rápido y fácil a través de un servicio de ventanilla única Capacidad de reunir grandes capitales 	<ul style="list-style-type: none"> Se requiere un capital mínimo de 2.400 euros Proceso de toma de decisiones no flexible Incapacidad para la financiación de la bolsa de valores Normas estrictas de contabilidad y auditoría Costos operacionales medios y altos
	I.K.E	<ul style="list-style-type: none"> Bajos costos de establecimiento y operación No se requiere un capital mínimo de inicio 	<ul style="list-style-type: none"> Incapacidad para la financiación de la bolsa de valores Normas estrictas de contabilidad y

		Ventajas	Desventajas
		<p>Flexibilidad en el proceso de toma de decisiones</p> <ul style="list-style-type: none"> Proceso de establecimiento rápido y fácil a través de un servicio de ventanilla única 	<p>Auditoría La duración de la empresa está limitada a 12 años</p>
OTROS	Koin.S.EP	<ul style="list-style-type: none"> Bajos costos de establecimiento Proceso de establecimiento rápido y fácil Los socios son responsables, hasta el monto de su participación, de las obligaciones de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> Un capital mínimo requerido Proceso de toma de decisiones no flexible Duración limitada (definida en el estatuto)
	Urban Cooperatives	<ul style="list-style-type: none"> No se requiere un capital mínimo Bajos costos de establecimiento Proceso de establecimiento rápido y fácil Los socios son responsables, hasta el monto de su participación, de las obligaciones de la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> Proceso de toma de decisiones no flexible Duración limitada (definida en el estatuto)
	Agricultural Cooperatives	<ul style="list-style-type: none"> No se requiere un capital mínimo Bajos costos de establecimiento Proceso de establecimiento rápido y fácil Los socios son responsables, hasta el monto de su participación, de las 	<ul style="list-style-type: none"> Proceso de toma de decisiones no flexible Duración limitada (definida en el estatuto)

	Ventajas	Desventajas
	obligaciones de la empresa	
ONG	<ul style="list-style-type: none"> • No se requiere un capital mínimo • Proceso de establecimiento rápido y fácil • Bajos costos de establecimiento y operación 	<ul style="list-style-type: none"> • Proceso de toma de decisiones no flexible • Incapacidad para la financiación de la bolsa de valores • Duración limitada

Tabla 2: Tabla Comparativa

	SOLE	NGO	O.E	E.E	A.E	E.P.E	I.K.E
CAPITAL MÍNIMO REQUERIDO	0€	0€	0€	0€	25.000€	2€	0€
CONTRIBUCIÓN EN ESPECIE (SIGNIFICA CONTRIBUCIONES SIN DINERO EN EFECTIVO)	No	No	Si	Si	Si	Si	Si
CONTRIBUCIÓN DE CAPITAL	No	No	No	No	No	No	Si
NÚMERO MÍNIMO DE SOCIOS	1	>2	>2	>2	>2	>2	>2
RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS	Ilimitado	-	Ilimitado	i) Los socios generales tienen responsabilidad con su propia propiedad personal ii) Los socios comanditarios son responsables hasta el monto de su contribución	No hay responsabilidad	Limitado hasta el monto de la contribución	Limitado hasta el monto de la contribución
REPRESENTACIÓN Y GESTIÓN	-	-	Los socios	Los socios generales	a. Asamblea General b. Junta Directiva	a. Reunión de socios b. Administradores	a. Reunión de socios b. Administradores
DURACIÓN	Ilimitado	Limitado	Ilimitado	Ilimitado	Limitado o ilimitado	Limitado	max. 12 años

	SOLE	NGO	O.E	E.E	A.E	E.P.E	I.K.E
ESTABLECER LOS LUGARES	DOY	1.GEMI	1.GEMI	1.GEMI	1.GEMI	1.Notary	1.GEMI
		2.Notary	2.Notary	2.Notary	2.Notary	2. e-YMΣ	2.Notary
		3. e-YMΣ	3. e-YMΣ	3. e-YMΣ	3. e-YMΣ		3. e-YMΣ
SIMPLE Y FÁCIL DE CONFIGURAR PROCESADOS	Si	Si	Si	Si	No	No	Si
FLEXIBILIDAD EN LA TOMA DE DECISIONES	Si	No	Si	Si	No	No	Si
LOS COSTOS DE ESTABLECIMIENTO...	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo	Medio	Medio	Bajo
LOS COSTOS DE OPERACIÓN.	Bajo	Bajo	Bajo	Bajo	Alto	Alto	Bajo
FINANCIACIÓN DE LA BOLSA DE VALORES	No	No	No	No	Si	No	No
TRANSFERENCIA DE ACCIONES	-	-	No	No	Si	Si	Si
SEGURO OBLIGATORIO DE LOS SOCIOS EN EL EFKA	Si	No	Si	Si	Los directores que deben >3%	Si	Sólo los administradores

Source: asnetwork.gr

Tabla 3: Tabla comparativa (parte 2)

	KOIN.S.EP	URBAN COOPERATIVES	AGRICULTURAL COOPERATIVES	
CAPITAL MÍNIMO REQUERIDO	500€ Koinsep se dirigió a los beneficios colectivos y sociales 700€ Koisep se dirigió a la integración de los grupos vulnerables y especiales	0€		N/A
NÚMERO MÍNIMO DE SOCIOS	>5 or >7	>15		>20
REPRESENTACIÓN Y GESTIÓN	Consejo de Administración	Consejo de Administración	Consejo de Administración	
DURACIÓN	Limitada (definida en el estatuto)		Limitada (definida en el estatuto)	Limitada (definida en el estatuto)
RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS	Limitado hasta el monto de la contribución		Limitado hasta el monto de la contribución	Limitado hasta el monto de la contribución
ESTABLECER LOS LUGARES	<u>En línea en el Registro de Empresas Sociales</u>		El Tribunal del país y el GEMI	Tribunal del país, Registro Nacional de Cooperativas Agrícolas
FLEXIBILIDAD EN LA TOMA DE DECISIONES		Si	Si	Si
SIMPLE Y FÁCIL DE CONFIGURAR PROCESADOS		Si	Si	Si

	KOIN.S.EP	URBAN COOPERATIVES	AGRICULTURAL COOPERATIVES
FLEXIBILIDAD EN LA TOMA DE DECISIONES	No	No	No
LOS COSTOS DE ESTABLECIMIENTO	<u>Bajo</u>	<u>Bajo</u>	Bajo

2.1.2 España

Para establecer un proyecto empresarial, la elección de la forma jurídica adecuada es una decisión importante. La legislación española reconoce diferentes formas jurídicas en las que varían el costo y el tiempo, así como los requisitos particulares del proceso. Las formas de una empresa se distinguen principalmente por su condición de propietario único, sociedad o corporación. A continuación se explican las formas jurídicas más importantes.

PROPIETARIO ÚNICO

Un empresario individual o autónomo requiere un solo accionista. Este accionista es plenamente responsable con su activo personal de todas las obligaciones relacionadas con el negocio. El proceso de formación de la empresa es muy simple y toma aproximadamente un día. No se requiere un capital mínimo.

SOCIEDAD

Una empresa constituida como sociedad civil requiere al menos dos socios, por lo que la empresa se constituye en virtud de un acuerdo de asociación. No se requiere un capital mínimo ni una inscripción en el registro. Por consiguiente, la constitución de la sociedad es rápida y económica.

Los socios pueden dar a la empresa una entidad legal separada a través de un acuerdo, notariado y autenticado e inscrito en el Registro Mercantil español.



SOCIEDAD COLECTIVA

La creación de una sociedad colectiva requiere por lo menos dos socios. Estos socios tienen una responsabilidad ilimitada con sus activos personales por las responsabilidades de la sociedad. No se requiere un capital mínimo. Para crear la sociedad, es necesario establecer un contrato social que será certificado por un notario. Creada con plena capacidad jurídica, la sociedad se inscribe en el Registro Mercantil español.

SOCIEDAD COMANDITARIA SIMPLE

Una sociedad comanditaria simple necesita dos o más socios. La sociedad comanditaria requiere un socio colectivo y un socio comanditario que tiene responsabilidad ilimitada por las deudas de la empresa. No se requiere un capital mínimo. La constitución se realiza mediante escritura pública y la inscripción de la sociedad.

SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (S.L.)

La sociedad anónima más frecuente en España es la Sociedad de Responsabilidad Limitada (S. L.). Esto requiere al menos un accionista. Si hay un solo accionista, el nombre de la empresa debe identificarla como una empresa de un solo accionista (Sociedad Unipersonal). La responsabilidad de los accionistas se limita a sus aportaciones. El capital requerido es de al menos 3.000,00 euros y debe ser pagado en su totalidad en el momento de su creación. Se requiere una notaría obligatoria y la inscripción en el Registro Mercantil español.

NUEVA SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (S.L.N.E.)

En la nueva Sociedad Limitada Nueva Empresa (S.L.N.E.) se necesita un máximo de cinco accionistas. La responsabilidad de los accionistas se limita a sus aportaciones. Se establece un capital mínimo de 3.012,00 euros y un capital máximo de 120.202,00 euros. En caso de que se supere el límite superior, la S.L.N.E. se convierte en una S.L.

SOCIEDAD ANÓNIMA, S.A.

Las empresas más grandes de España son sociedades anónimas (Sociedad Anónima (S.A.)) que requieren al menos un accionista. La responsabilidad de los accionistas por las deudas de la empresa se limita a sus aportaciones. El capital mínimo asciende a 60.000,00 euros, de los cuales sólo el 25% debe ser pagado en el momento del establecimiento. El establecimiento requiere la autenticación notarial y el registro de la sociedad.

2.1.3 Polonia

Las normas generales relacionadas con la realización de negocios están reguladas por la Ley de libertad de actividad económica de fecha 2 de julio de 2004.

La ley también se conoce con el nombre de "constitución empresarial", porque la ley rige la realización, el desarrollo y la limitación legal de las actividades empresariales en Polonia. La ley es la fuente de varios términos, por ejemplo, iniciativa empresarial o actividad económica, que siguen siendo aplicables en relación con las actividades empresariales. La ley también contiene una lista de licencias específicas que deben adquirirse para emprender determinadas actividades comerciales.



Las normas de la Ley son aplicables a las personas físicas y jurídicas. Sin embargo, la Ley distingue entre los inversores de la UE/AELC y otros terceros países.

Las personas físicas y jurídicas de los países de la UE/AELC, en lo que respecta a la realización de actividades comerciales en Polonia, están sujetas a las mismas condiciones y normas que las personas físicas o empresas polacas. Dicha entidad extranjera puede elegir libremente cualquier forma jurídica para su actividad empresarial en Polonia con las mismas restricciones que se aplican a las personas físicas o empresas polacas, si las hubiera.

<https://www.trade.gov.pl/>

El tipo de actividad comercial más común son las sociedades comerciales, en particular, la sociedad de responsabilidad limitada y la sociedad general. Según la Oficina Central de Estadística de Polonia, a finales de 2016 las sociedades de responsabilidad limitada representaban aproximadamente el 82% del total de las empresas comerciales, mientras que las sociedades generales y las sociedades en comandita representaban aproximadamente el 7% cada una. Más abajo en la lista figuran la sociedad anónima y la sociedad en comandita por acciones. El grupo más pequeño son las sociedades profesionales, que representan aproximadamente el 0,5% de todas las empresas comerciales de Polonia. Sin embargo, cabe señalar que en los últimos tiempos el mayor crecimiento se registró en la sociedad en comandita. Lo anterior se debe a la capacidad de optimizar la tributación en las estructuras de esa sociedad, ya que los ingresos se gravan a nivel de los socios de esa sociedad y no de la sociedad propiamente dicha. Muchas personas físicas optan por dedicarse a una actividad comercial individual. En el sector privado, esas entidades representan más del 70% de todos los empresarios. La actividad empresarial individual también puede llevarse a cabo en forma de sociedad civil, es decir, una asociación de al menos dos entidades con el fin de realizar una actividad con fines de lucro. A diferencia de una sociedad anónima,

la sociedad civil no es una entidad jurídica separada, sino que sólo sus socios son entidades jurídicas separadas. (Formas de llevar a cabo la actividad empresarial en Polonia FKA Furtek Komosa Aleksandrowicz sp.k. para la Agencia Polaca de Inversiones y Comercio).

Los reglamentos polacos permiten las siguientes formas legales de negocio:

Actividad empresarial individual (Autónomos) *Własna działalność gospodarcza*

Es la forma más simple de actividad comercial para las pequeñas empresas. No se trata de una entidad legal, y no hay división entre la empresa y su propietario. Cada nombre de la empresa individual tiene que incluir el nombre y apellido de su propietario, es decir, el nombre del individuo, y algunos otros constituyentes libremente elegidos. Sólo una persona física puede llevar a cabo una empresa individual.

- es la forma más simple de establecimiento
- está destinado a las personas físicas
- inscrita en el Registro Central e Información de Actividades Económicas (CEIDG), puede registrarla en línea
- no requiere una cantidad mínima de capital
- La contabilidad depende de la forma de tributación
 - en la imposición general (escala de impuestos e impuesto a tanto alzado), se puede mantener una contabilidad simplificada (libro de ingresos y gastos), pero sólo si en el año anterior los ingresos no superaron la cantidad de 2 000 000 de euros
 - para las sumas globales, se requieren registros de las sumas globales
 - no hay obligación de llevar registros contables para la tarjeta de impuestos
- el empresario es responsable con todos sus bienes de las obligaciones derivadas de la gestión de la empresa
- a empresa (nombre) del empresario que figura en el CEIDG debe incluir al menos el nombre del solicitante - por ejemplo, John Smith. Es posible añadir otros elementos a la empresa, por ejemplo, definir el perfil de la actividad
- el empresario tiene el único derecho de representar su actividad
- el empresario es un pagador del PIT
- el empresario puede estar sujeto al IVA

La principal desventaja es que el empresario tiene que asumir todo el riesgo del negocio. Otra desventaja es la dificultad de expandir el negocio debido a la falta de capital y al acceso limitado a los mercados de capital. Esta forma de negocio se recomienda para las pequeñas empresas.

SOCIEDAD CIVIL

La base de una sociedad civil en Polonia se regula en el Código Civil de 23 de abril de 1964 en el Art. 860 y siguientes. Mediante una escritura de asociación, los socios se comprometen a promover el logro de un objetivo

económico común actuando de manera específica y, en particular, realizando aportaciones. Los socios serán responsables solidarios de las obligaciones de la sociedad.

ASOCIACIÓN REGISTRADA

De acuerdo con la definición, una sociedad registrada en Polonia será una sociedad que dirige una empresa con su propio nombre y no es ninguna otra empresa comercial. Dicha sociedad no tiene personalidad jurídica, aunque puede actuar en su propio nombre, y tiene sus propios activos y deudas. Cada socio será responsable de las obligaciones de la sociedad sin límites, con todos sus bienes en forma conjunta y solidaria con los demás socios.

SOCIEDAD PROFESIONAL

Actividad comercial realizada únicamente por personas que tienen derecho a ejercer una profesión independiente (por ejemplo, médico, arquitecto, corredor de valores). Los profesionales independientes pueden elegir también otra forma de actividad comercial. Pueden constituirse con el fin de ejercer más de una profesión independiente..

SOCIEDAD LIMITADA

En Polonia, la sociedad en comandita es una empresa en la que al menos un socio es socio colectivo y tiene una responsabilidad ilimitada frente a los acreedores de la sociedad (socio ilimitado) y la responsabilidad de al menos otro socio es limitada (socio comanditario). El socio comanditario es responsable de las responsabilidades de la sociedad sólo por el valor de su contribución de capital. La escritura de esta sociedad se hará en forma notarial. La sociedad en comandita nace tras su inscripción en el Juzgado Nacional de Registros..

SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Es una empresa comercial con personalidad jurídica. Puede ser establecida por uno o más accionistas, pero no puede ser establecida únicamente por otra compañía de responsabilidad limitada de una sola persona. Sus fundadores pueden ser tanto personas físicas como jurídicas, independientemente de su nacionalidad o lugar de establecimiento. Para su constitución se requiere un capital mínimo de 5.000 zlotys. La empresa es responsable de sus obligaciones con todos sus activos. Los accionistas no son responsables de las obligaciones de la empresa (si no son miembros del consejo de administración de la empresa). Los accionistas sólo tienen una responsabilidad limitada, hasta el valor de sus contribuciones (riesgo empresarial).

SOCIEDAD ANÓNIMA

Una sociedad anónima limitada será una sociedad en la que al menos un socio (socio general) tiene responsabilidad ilimitada frente a los acreedores de la sociedad y al menos un socio es accionista. El capital inicial de esta sociedad ascenderá al menos a 50.000 PLN. Se podrá designar un órgano de supervisión en esta sociedad. El órgano supervisor ejercerá una supervisión permanente de la actividad de la sociedad en todos los ámbitos de dicha actividad. Esta sociedad no tiene personalidad jurídica, aunque en cierto modo es un híbrido de sociedad anónima y sociedad en comandita (sociedad anónima limitada).

<https://www.bpg.pl/>

<i>Tipo de empresa</i>	<i>Sociedad de derecho civil</i>	<i>Sociedad registrada</i>	<i>Asociación profesional</i>	<i>La sociedad limitada</i>	<i>Sociedad anónima limitada</i>	<i>Sociedad de responsabilidad limitada</i>	<i>Sociedad anónima</i>
Número mínimo de fundadores	Mínimo dos socios (personas físicas, personas jurídicas o unidades organizativas con capacidad jurídica)	Mínimo dos socios (personas físicas, personas jurídicas o unidades organizativas con capacidad jurídica)	Mínimo dos personas físicas autorizadas a ejercer profesiones liberales (socios)	Mínimo de dos socios (personas físicas, personas jurídicas o unidades organizativas con capacidad jurídica), incluyendo un socio general (responsable con todos sus activos) y un socio limitado (responsable con la cantidad especificada en el contrato)	Mínimo de dos socios (personas físicas, personas jurídicas o unidades organizativas con capacidad jurídica), incluyendo un socio general (responsable con todos sus activos) y un accionista	Mínimo dos socios (personas físicas, personas jurídicas o unidades organizativas con capacidad jurídica)	Mínimo un fundador (persona física, persona jurídica o unidad organizativa con capacidad jurídica). Una sociedad de responsabilidad limitada de un solo miembro no puede ser el fundador.
Instrumentos de incorporación	Contrato por escrito	Contrato por escrito, a menos que la contribución del socio sea inmobiliaria (entonces	Contrato por escrito, a menos que la contribución del socio sea inmobiliaria (entonces	Acuerdo en forma de acta notarial. Es posible registrar una sociedad en comandita de manera simplificada (la llamada S24), es	Estatutos en forma de acta notarial	Acuerdo en forma de acta notarial (acta fundacional de una sociedad de responsabilidad limitada de un	Estatutos en forma de acta notarial

<i>Tipo de empresa</i>	<i>Sociedad de derecho civil</i>	<i>Sociedad registrada</i>	<i>Asociación profesional</i>	<i>La sociedad limitada</i>	<i>Sociedad anónima limitada</i>	<i>Sociedad de responsabilidad limitada</i>	<i>Sociedad anónima</i>
		escritura notarial) o empresarial (contrato con firmas autenticadas notarialmente)	escritura notarial) o empresarial (contrato con firmas autenticadas notarialmente)	decir, celebrar un acuerdo de asociación sin necesidad de un acta notarial en Internet.		solo miembro). Es posible registrar una sociedad de responsabilidad limitada de manera simplificada (la llamada S24), es decir, concluir los estatutos sociales sin la forma de una escritura notarial en Internet.	
Nombre... requisitos...	Cuando los socios son personas físicas, el nombre debe incluir por lo menos el nombre y apellido de todos los socios junto con el	Debe contener el nombre de al menos un socio o el nombre de la empresa, así como la indicación "spółka jawna" (sociedad	Debe contener el nombre de al menos un socio y las palabras "y socio" o "y socios" o "spółka partnerska" (sociedad	Debe contener el nombre o la razón social completa de al menos un socio general, así como la indicación "spółka komandytowa" (sociedad en	Debe contener el nombre o la razón social completa de por lo menos un socio general, así como la indicación "spółka komandytowo-	Puede ser elegido libremente pero debe incluir el término "sociedad de responsabilidad limitada". (sociedad de	Puede elegirse libremente pero debe incluir el término "spółka akcyjna" (sociedad anónima) o "S.A".

<i>Tipo de empresa</i>	<i>Sociedad de derecho civil</i>	<i>Sociedad registrada</i>	<i>Asociación profesional</i>	<i>La sociedad limitada</i>	<i>Sociedad anónima limitada</i>	<i>Sociedad de responsabilidad limitada</i>	<i>Sociedad anónima</i>
	nombre "spółka cywilna" (sociedad civil) o la abreviatura (sc.).	registrada) o "sp. j".	profesional) junto con el nombre de la profesión (por ejemplo, "arquitectos"), la abreviatura es "sp.p".	comandita) o "sp. k.". El nombre no puede incluir el nombre o la razón social del socio comanditario	akcyjna" (sociedad anónima limitada) o "S.K.A.". El nombre no puede incluir el nombre o la razón social del accionista	responsabilidad limitada) o "spółka z o.o.". o "sp. z o.o."	
Registro	Cada accionista está inscrito en el CEIDG, registro de entidades de la economía nacional (REGON),	Registro Judicial Nacional (KRS). El registro en línea es posible con el S24	Registro Judicial Nacional (KRS).	Registro Judicial Nacional (KRS). El registro en línea es posible con el S24	Registro Judicial Nacional (KRS)	Registro Judicial Nacional (KRS). El registro en línea es posible con el S24	Registro Judicial Nacional (KRS).
Cantidad mínima de capital social	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguno	50.000 PLN El valor de las acciones es de al menos 0,01 PLN	5.000 ZLOTYS. El valor de la acción es de al menos 50 PLN	100.000 ZLOTYS. El valor de la acción es de al menos 0,01

<i>Tipo de empresa</i>	<i>Sociedad de derecho civil</i>	<i>Sociedad registrada</i>	<i>Asociación profesional</i>	<i>La sociedad limitada</i>	<i>Sociedad anónima limitada</i>	<i>Sociedad de responsabilidad limitada</i>	<i>Sociedad anónima</i>
Contabilidad	Simplificado si los socios son personas físicas y los ingresos del año pasado no superaron los 2 millones de euros. Cuentas completas en otros casos	Simplificado si los socios son personas físicas y los ingresos del año pasado no superaron los 2 millones de euros. Cuentas completas en otros casos	Simplificado si los socios son personas físicas y los ingresos del año pasado no superaron los 2 millones de euros. Cuentas completas en otros casos	Completo	Completo	Completo	Completo
¿Quién es el contribuyente del impuesto sobre la renta?	La sociedad no tiene personalidad jurídica. Los socios son contribuyentes del impuesto sobre la renta.	La sociedad no tiene personalidad jurídica. Los socios son contribuyentes del impuesto sobre la renta.	La sociedad no tiene personalidad jurídica. Los socios son contribuyentes del impuesto sobre la renta.	La sociedad no tiene personalidad jurídica. Los socios son contribuyentes del impuesto sobre la renta.	Impuesto sobre la renta de las empresas - 19% o 9% (preferencial para las nuevas empresas). Además, el dividendo se grava a la tasa del 19%.	Impuesto sobre la renta de las empresas - 19% o 9% (preferencial para las nuevas empresas). Además, el dividendo se grava a la tasa del 19%.	Impuesto sobre la renta de las empresas - 19% o 9% (preferencial para las nuevas empresas). Además, el dividendo se grava a la tasa del 19%.

<i>Tipo de empresa</i>	<i>Sociedad de derecho civil</i>	<i>Sociedad registrada</i>	<i>Asociación profesional</i>	<i>La sociedad limitada</i>	<i>Sociedad anónima limitada</i>	<i>Sociedad de responsabilidad limitada</i>	<i>Sociedad anónima</i>
Órganos	Ninguno	Ninguno	Ninguno; se puede nombrar un consejo de administración	Ninguno	1) reunión general; 2) junta de supervisión (si hay más de 25 accionistas en la empresa)	1) la asamblea general de accionistas; 2) junta directiva; 3) junta de supervisión y/o comité de auditoría o ambos en el caso de sociedades cuyo capital social exceda de 500.000 PLN y el número de accionistas exceda de 25	1) la asamblea general de accionistas; 2) junta directiva; 3) junta de supervisión
Representación	Cada socio, a menos que los estatutos dispongan otra cosa	Cada socio, a menos que los estatutos dispongan otra cosa	Cada socio	Cada socio general puede representar a la empresa de forma independiente. Cada socio comanditario	Cada socio general puede representar a la empresa de forma independiente.	La empresa está representada por su Consejo de Administración. Si el Consejo de	La empresa puede estar representada por un Consejo de Administración. Si

<i>Tipo de empresa</i>	<i>Sociedad de derecho civil</i>	<i>Sociedad registrada</i>	<i>Asociación profesional</i>	<i>La sociedad limitada</i>	<i>Sociedad anónima limitada</i>	<i>Sociedad de responsabilidad limitada</i>	<i>Sociedad anónima</i>
				puede representar a la compañía como su apoderado	Cada accionista puede representar a la empresa como su apoderado	Administración está compuesto por más de una persona, dos miembros del Consejo de Administración o un miembro del Consejo de Administración deben actuar conjuntamente con un apoderado comercial para asegurar una representación efectiva (los estatutos de la empresa pueden prever una forma diferente de representación). El Consejo de	el Consejo de Administración está compuesto por más de una persona, dos miembros del Consejo de Administración o un miembro del Consejo de Administración deben actuar conjuntamente con un apoderado comercial para garantizar una representación efectiva (los estatutos de la sociedad pueden prever una forma de representación diferente). El

<i>Tipo de empresa</i>	<i>Sociedad de derecho civil</i>	<i>Sociedad registrada</i>	<i>Asociación profesional</i>	<i>La sociedad limitada</i>	<i>Sociedad anónima limitada</i>	<i>Sociedad de responsabilidad limitada</i>	<i>Sociedad anónima</i>
Responsabilidad ad	Responsabilidad conjunta y solidaria de todos los socios (incluidos los bienes personales de la sociedad y de los socios)	Responsabilidad conjunta y solidaria de todos los socios (incluidos los bienes personales de la sociedad y de los socios)	La responsabilidad de los compromisos se comparte entre los socios. Sin embargo, los estatutos pueden identificar a los socios que serán plenamente responsables	La sociedad es responsable principalmente con sus propios bienes. Al menos un socio general será responsable con la totalidad de los bienes. Al menos un socio limitado es responsable hasta la cantidad especificada en el contrato.	La sociedad es responsable principalmente con sus propios bienes. Un socio general será responsable personalmente con todos sus bienes, conjuntamente con los demás socios generales. Un socio general no será responsable de las obligaciones de la	Administración también puede nombrar a un apoderado. La empresa es responsable principalmente con sus propios activos. Los miembros del Consejo de Administración son responsables conjunta y solidariamente de las obligaciones de la empresa con todos sus activos.	Consejo de Administración también puede establecer un apoderado La empresa es responsable con sus propios activos. Los accionistas sólo corren el riesgo de perder las acciones de la empresa

<i>Tipo de empresa</i>	<i>Sociedad de derecho civil</i>	<i>Sociedad registrada</i>	<i>Asociación profesional</i>	<i>La sociedad limitada</i>	<i>Sociedad anónima limitada</i>	<i>Sociedad de responsabilidad limitada</i>	<i>Sociedad anónima</i>
Remuneración	Los socios tienen derecho a una participación igualitaria en los beneficios	Los socios tienen derecho a una participación igualitaria en los beneficios, así como a exigir anualmente un pago de intereses del 5% sobre su participación en el capital.	La participación de cada socio es igual, independientemente del tipo y el tamaño de las contribuciones. Los socios tienen derecho a exigir un interés anual del 5% sobre su participación en el capital.	La participación de cada socio general es igual, independientemente de la naturaleza y el valor de las contribuciones, y la participación de cada socio limitado es proporcional a la contribución realmente hecha por el socio limitado a la sociedad.	sociedad con sus activos. Los socios generales y los accionistas participan en los beneficios de la empresa en proporción a sus contribuciones a la sociedad.	Los accionistas tienen derecho a una participación en los beneficios resultantes del estado financiero anual y a ser distribuidos de conformidad con una resolución de la junta general de accionistas. El beneficio atribuible a los accionistas se distribuye en proporción a las acciones	Los accionistas tienen derecho a una participación en los beneficios que figuran en el estado financiero, que ha sido auditada por un auditor certificado y que ha sido asignada por la junta general para el pago a los accionistas. Los beneficios se distribuyen en relación con el número de acciones

YOUTH ENTREPRENEURSHIP CURRICULUM

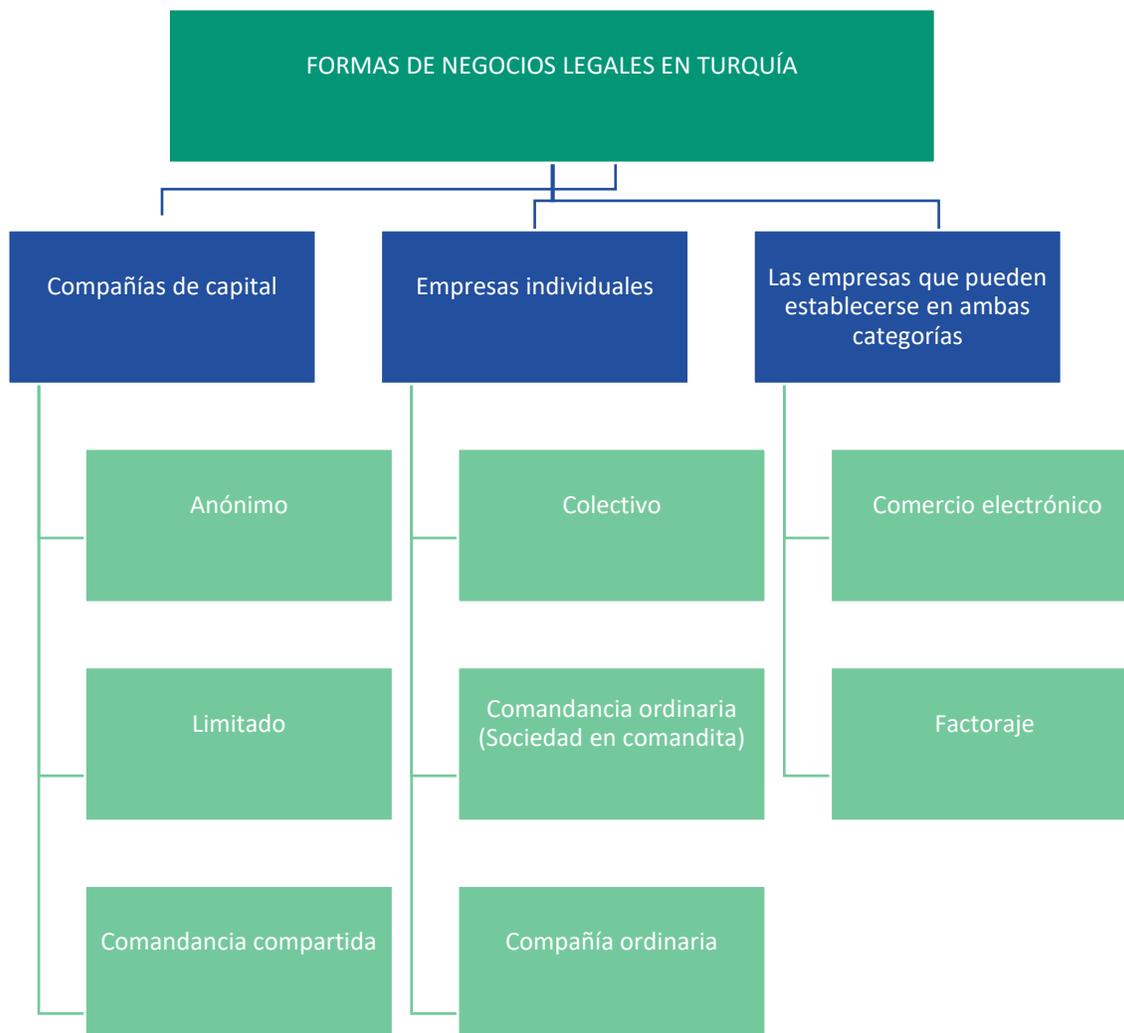


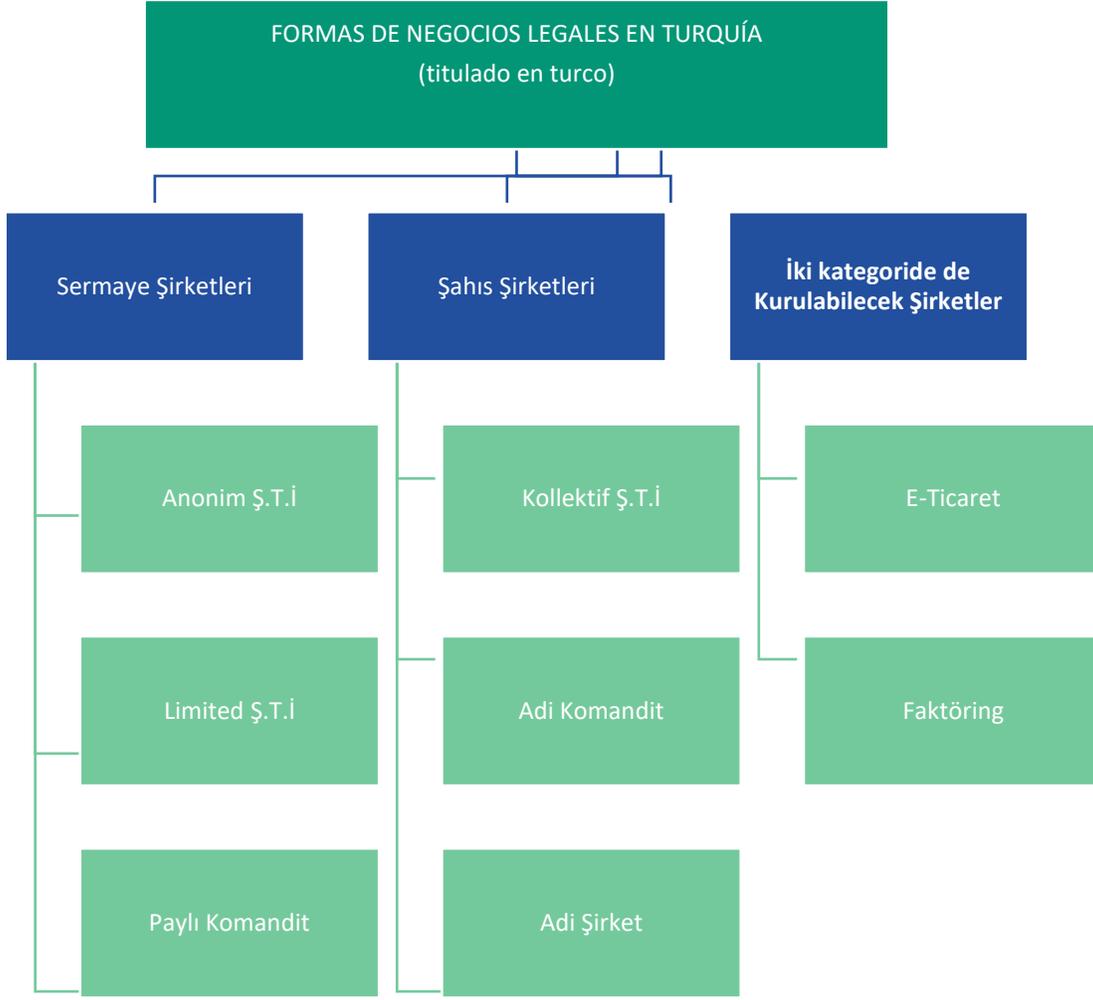
2.1.4 Turquía

Es una estructura legal establecida por una o más personas para producir bienes o servicios con el fin de obtener beneficios. Estas empresas, que se establecen de acuerdo con la Ley Comercial Turca (TTK), tienen objetivos como la obtención de beneficios y el servicio a la sociedad para asegurar la continuidad de la vida. Hay una gran variedad de tipos de empresas y sus características únicas establecidas para estos fines. Las abreviaturas situadas junto a los títulos de las empresas, como LTD. o A.Ş., indican cómo se establecieron esas empresas, así como sus estructuras de capital, campos de actividad y tipos. Esta no es la única característica que permite a las empresas separarse.

Además de estas declaraciones, existen diferentes tipos de sociedades según se trate de una empresa unipersonal, una sociedad de capital o una o más sociedades de personas.







Tipos y características de la compañía

A) EMPRESAS DE CAPITAL

1. Anónimo
2. Limitado
3. Comandancia compartida

B) EMPRESAS INDIVIDUALES

1. Colectivo
2. Comandancia ordinaria
3. Compañía ordinaria

C) EMPRESAS QUE PUEDEN ESTABLECERSE EN AMBAS CATEGORÍAS

1. Comercio electrónico
2. Factoraje

A. Compañías de capital

Las empresas de capital son el tipo de empresas que derivan su poder y valor de su capital y estilo de gestión. En esta estructura de empresa, las responsabilidades de los socios están limitadas por la cantidad de capital que se comprometen a aportar. Si uno o más de los socios se retiran de esta estructura empresarial, la sociedad no se deteriora y las acciones no son personales. Además, las acciones que se poseen pueden transferirse a otras partes y venderse. La característica más distintiva de esta estructura de empresa es que la participación en el capital y el derecho de gestión están separados el uno del otro. De acuerdo con el TTK (Ley Comercial Turca), las sociedades de capital se dividen en tres secciones. Sociedad anónima, Sociedad limitada y Sociedades de Comando Compartido.

A1. SOCIEDAD ANÓNIMA (AS)

La sociedad anónima es uno de los tipos de empresas más adecuados, compuesta por al menos 5 personas físicas o jurídicas, con el objetivo de llevar a cabo actividades económicas para garantizar una elevada acumulación de capital. El capital fundacional de esta empresa debe ser de al menos 50.000 TL y el título de la empresa debe ser

A.O (sociedad anónima) o A.Ş. (sociedad anónima). Las sociedades anónimas son administradas por la junta directiva, la asamblea general y la unidad de auditoría.

A2. SOCIEDAD ANÓNIMA (LTD.ŞTİ.)

La sociedad anónima es un tipo de empresa cuyo capital principal está determinado por una o más personas físicas o jurídicas para lograr todo tipo de fines económicos de conformidad con la ley. El número de socios no puede ser superior a 50 personas y su capital no puede ser inferior a 10.000 TL. En este tipo de sociedad, el capital está constituido por el total de las principales participaciones sociales. En esta estructura empresarial, no son responsables de todas las deudas de la empresa y sólo son responsables de las acciones de capital delegado y de las obligaciones de pago estipuladas en el contrato de la empresa. En este tipo de empresa, la unidad de gestión está formada por gerentes y, en los casos en que el número de socios supera los 20, se constituye el consejo de supervisión y la asamblea general.

A3. COMPAÑÍA DE COMANDO COMPARTIDO

Sociedad de Comando Compartido; es un tipo de sociedad cuyo capital está dividido en acciones, mientras que uno o más de los socios de la sociedad tienen una responsabilidad ilimitada en las cuentas por cobrar de la sociedad, mientras que otros tienen una responsabilidad limitada. La característica más distintiva de ser una sociedad de responsabilidad limitada es que el capital está dividido en acciones y hay por lo menos 5 socios. El derecho a representar y administrar la empresa pertenece a los socios de la empresa, que tiene responsabilidad ilimitada. En el funcionamiento de la sociedad, si no hay ningún artículo vinculante en la ley, aparte de estas normas, son válidas las disposiciones de la sociedad anónima.

B. Empresas privadas

Las empresas privadas son compañías que tienen personalidad jurídica y sus socios tienen responsabilidades ilimitadas para lograr intereses económicos comunes. Este tipo de empresa puede ser establecida por una sola persona, o puede ser establecida por más de una persona real, y la transferencia de la sociedad es un proceso difícil, mientras que el número de socios suele ser reducido. Si todos los socios no lo aprueban, la participación en la sociedad no puede transferirse a otras personas ni venderse. Todos los socios son responsables de todos los activos frente a los acreedores de la sociedad. Según el TTK (Ley comercial turca), las empresas privadas se dividen en tres.

B1. EMPRESA COLECTIVA

En las sociedades colectivas establecidas por dos o más socios, los socios son ilimitados y responsables conjuntamente de las deudas de la empresa. Mientras que la sociedad es responsable en primer lugar de las deudas y compromisos, los socios de la sociedad son ilimitados en segundo lugar. Esta ilimitación también se

considera una ventaja para el acreedor. Además, en este tipo de sociedad, cada socio tiene el derecho y la responsabilidad de administrar la sociedad al mismo ritmo.

B2. SOCIEDAD COMANDITARIA ORDINARIA (SOCIEDAD EN COMANDITA)

Si bien este tipo de sociedad es un tipo de empresa poco frecuente en nuestro país, es un tipo de empresa que puede establecerse entre personas jurídicas y personas físicas. En las sociedades ordinarias de comandita, uno o más de los socios son responsables ilimitadamente ante los acreedores, mientras que uno o más de ellos son de responsabilidad limitada. Los socios ilimitados sólo pueden ser personas reales y se denominan comanditarios, mientras que las personas jurídicas pueden ser socios limitados y se denominan comanditarios. En los casos en que los activos de la empresa son insuficientes en cuentas por cobrar de la empresa, se pueden confiscar los activos personales de los comandantes.

B3. COMPAÑÍA ORDINARIA

Es el tipo de empresa que se produce cuando dos o más personas físicas combinan su trabajo y su propiedad para lograr un propósito comercial específico. En este tipo de empresa, la empresa no posee ningún activo externo y no tiene personalidad jurídica. Por esta razón, la sociedad tiene participaciones en el patrimonio de los socios y éstos deben actuar conjuntamente en las acciones que se lleven a cabo en relación con el patrimonio de la sociedad.

C. Las empresas que pueden establecerse como sociedades de capital o empresas individuales

C1. EMPRESA DE COMERCIO ELECTRÓNICO

La empresa de comercio electrónico es una estructura empresarial cuyo objetivo es ofrecer servicios y productos más atractivos y realizar ventas a través de Internet, donde pueden pagar en un entorno digital que las tiendas con activos físicos en cualquier momento y lugar para satisfacer las necesidades de los clientes. Estas empresas son compañías que pueden establecerse como individuos o empresas de capital. Los procedimientos de establecimiento y operación difieren según el grupo de empresas en el que se incluyan.

C2. EMPRESA DE FACTORAJE

La empresa de factoraje es una empresa financiera que se utiliza en el comercio interno y externo, especialmente en la venta de productos a corto plazo. El factoraje, que también se define como el servicio total prestado para el cobro de las cuentas por cobrar de los acreedores en las transacciones comerciales, es la empresa que adquirió los derechos de crédito derivados de las ventas de todo tipo de servicios y bienes de las empresas que venden a corto plazo. Estas empresas se dividen en tres secciones principales: financiación, cobro (por cobrar) y garantía. La creación y el funcionamiento de las empresas de factoraje están sujetos a la reglamentación determinada por el Organismo de Regulación y Supervisión Bancaria (BDDK).



Imagen de Tyler Franta / unsplash.com

2.2 Establecer su negocio

Corporate Tax Rate (2020)

- 24% Grecia
- 19% Polonia
- 25% España
- 22% Turquía

Los indicadores de los países se presentan aquí: <https://tradingeconomics.com/countries>

2.2.1 Grecia

PROPIEDAD ÚNICA

El proceso de establecimiento de la propiedad exclusiva incluye los siguientes pasos:

1. Contrato de arrendamiento privado avalado por el DOY del arrendador o contrato de propiedad.
2. Registro del empresario en la Agencia de Seguros Profesionales - Organismos Asfalisis Eleftheron Epagelmaton (O.A.E.E).
3. 3. Certificado de Nombre de la Empresa y Título Distintivo - Pistopoiisi Epwnimias kai Diakritikou Titlou que puede ser proporcionado por la cámara de comercio local.
4. 4. Registro de la empresa en el DOY

Documentos de apoyo

- Tarjeta de identidad
 - Contrato de propiedad o de arrendamiento
 - Certificado de registro o exención de la Agencia de Seguros para Profesionales
 - Certificado de nombre de la empresa y título distintivo
5. Registro de la empresa en la Cámara de Comercio e Industria a fin de recibir el Certificado de Registro de la Empresa y el depósito de las contribuciones anuales - Pistopoiitiko egrafis kai katavolis ton etision eisforon, que se basa en la actividad empresarial.
 6. Si la empresa está llevando a cabo actividades específicas, también tiene que recibir la Licencia de Operación - Adeia Leitourgias.

[Law 4172/2013](#)

O.E AND E.E

El establecimiento de E.O. o E.E. se hace en línea a través de un servicio de ventanilla única - Ypiresia Mias Stasis (e-YΣM). El proceso de establecimiento se divide en dos fases.

La primera fase incluye todas las acciones necesarias realizadas antes del Servicio Integral.

1.1 Recopilación de los estatutos de la empresa. Un acuerdo privado firmado por todos los socios. De acuerdo con la ley, el estatuto debe incluir:

- el nombre de la empresa
- el propósito de la compañía
- los nombres de los socios y sus detalles de residencia
- los nombres de los gerentes y sus representantes
- la duración de la compañía
- los tipos y valores de las contribuciones
- el formulario de la compañía O.E. o E.E.

1.2 La sede de la empresa es la ubicación de su sede. Si el lugar es alquilado, se requiere un contrato de arrendamiento sellado por la autoridad fiscal, y si el lugar es de propiedad privada, se requiere una copia del contrato de propiedad.

1.3 Documentos de impuestos y seguros de todos los fundadores/socios.

1.4 Designación del representante legal para el proceso de formación de la empresa..

La segunda fase incluye la inscripción de la empresa en el Registro General de Comercio (G.E.M.I.) junto con la presentación de los siguientes documentos al Servicio de Ventanilla Única:

2.1 Tarjeta de identidad de los nacionales griegos, tarjeta de identidad o pasaporte para los nacionales de la UE, pasaporte para los nacionales no comunitarios y permiso de residencia, si residen en el país.

2.2 Estatuto de la empresa (firmado por todos los socios y fundadores) impreso y en formato electrónico.

2.3 El comprobante de los depósitos bancarios proporcionados a la G.E.M.I. durante el proceso de registro de la empresa.

2.4 El contrato de arrendamiento sellado por la autoridad fiscal, o la copia del contrato de propiedad.

2.5 Mandatos cumplimentados y firmados por los fundadores o sus representantes.

2.6 El pago de los gastos de establecimiento.

2.7 Todos los documentos necesarios para el registro del IVA..

O.E law [4072/2012 \[Articles 249 to 270\] & law \[4072/2013\]\(#\)](#)

E.E law [4072/2012 \[Articles 271 to 292\] & law number \[4072/2013\]\(#\)](#)

I.K.E

El establecimiento del I.K.E. se hace en el Registro Comercial General G.E.M.I. (este proceso es el mismo que en O.E. y E.E.).

1. 1. Recopilación de los estatutos de la empresa. Un acuerdo privado firmado por todos los socios. De acuerdo con la ley, el estatuto debe incluir:

- el nombre de la empresa
- el propósito de la compañía
- los nombres de los socios y sus detalles de residencia
- los nombres de los gerentes y sus representantes
- la duración de la compañía
- los tipos y valores de las contribuciones
- el formulario de la compañía I.K.E.

2. La sede de la compañía es la ubicación de su cuartel general. Si el lugar está alquilado se requiere un contrato de arrendamiento sellado por la autoridad fiscal, y si el lugar es de propiedad privada se requiere una copia del contrato de propiedad.

3. Documentos de impuestos y seguros de todos los fundadores/socios.

4. 4. Designación del representante legal para el proceso de formación de la empresa.

5. 5. Documento de identidad de los ciudadanos griegos, documento de identidad o pasaporte para los ciudadanos de la UE, pasaporte para los ciudadanos no pertenecientes a la UE y permiso de residencia, si residen en el país.

6. 6. Estatuto de la empresa (firmado por todos los socios y fundadores) impreso y en formato electrónico.

7. 7. El comprobante de los depósitos bancarios facilitado a la G.E.M.I. durante el proceso de registro de la empresa.

8. El contrato de arrendamiento sellado por la autoridad fiscal, o la copia del contrato de propiedad.

9. Mandatos rellenos y firmados por los fundadores o sus representantes.
10. El pago de los gastos de establecimiento.
11. Todos los documentos necesarios para el registro del IVA

I.K.E law 4072/2012 [Articles 43 to 120] & the law 4072/2013

E.P.E

El establecimiento de la E.P.E. se realiza en el Registro Comercial General G.E.M.I. y en el Servicio de Ventanilla Única (e-ΥΣΜ). El proceso tiene muchos puntos en común con el proceso de establecimiento de la E.O.E. y la E.P.E. Las dos fases del proceso son:

La primera fase incluye todas las acciones necesarias realizadas antes de la Ventanilla Única.

1.1 La compilación de los estatutos de la empresa debe ser realizada por un notario o un abogado. De acuerdo con la ley, el estatuto debe incluir:

- información personal de los socios
- el nombre de la compañía
- el asiento, el propósito y la duración de la compañía
- la forma de empresa legal E.P.E.
- el capital inicial de la empresa y el importe del capital compartido por cada socio, facilitado en un certificado de pago escrito
- los tipos y valores de las contribuciones
- posibles acuerdos de los socios sobre contribuciones adicionales, transferencia de acciones, retiro de un socio, por razones no previstas por la ley y el reglamento de control interno

1.2 La sede de la compañía es la ubicación de su sede. Si el lugar es alquilado, se requiere un contrato de arrendamiento sellado por la autoridad fiscal, y si el lugar es de propiedad privada, se requiere una copia del contrato de propiedad.

1.3 Documentos de impuestos y seguros de todos los fundadores/socios.

1.4 El nombre del representante legal para el proceso de formación de la empresa.

La segunda fase incluye la presentación de los documentos de los fundadores/socios/solicitantes al notario junto con la presentación de los mismos al Servicio de Ventanilla Única:

- 2.1 Documento de identidad de los ciudadanos griegos, documento de identidad o pasaporte para los ciudadanos de la UE, pasaporte para los ciudadanos no pertenecientes a la UE y permiso de residencia, si residen en el país.
- 2.2 La prueba de los depósitos bancarios en el proceso de registro de la empresa.
- 2.3 El contrato de arrendamiento sellado por la autoridad fiscal, o la copia del contrato de propiedad.
- 2.4 Todos los documentos necesarios (formularios impresos M3, M6, M7, M8) para el registro del IVA.
- 2.5 Tras la presentación de los documentos, los fundadores recibirán los certificados del servicio de ventanilla única que se requieren en el proceso de establecimiento.

E.P.E law 3190/1955 & law 4541/2018 & law 4072/2013

A.E

A.E se establece en el Registro Comercial General G.E.M.I y en el Servicio de Ventanilla Única (e-ΥΣΜ). El proceso incluye los siguientes pasos:

1. 1. Compilación de los estatutos de la sociedad realizada por un notario. De acuerdo con la ley, el estatuto debe incluir
 - información personal de los socios y sus números de IVA
 - el nombre de la compañía
 - el asiento, el propósito y la duración de la compañía
 - la forma de negocio legal A.E.
 - el capital inicial de la empresa y el importe del capital compartido por cada socio, facilitado en un certificado de pago escrito
 - los tipos y valores de las contribuciones
 - posibles acuerdos de los socios sobre contribuciones adicionales, transferencia de acciones, retiro de un socio, por razones no previstas por la ley y el reglamento de control interno
2. La sede de la compañía es la ubicación de su cuartel general. Si el lugar está alquilado se requiere un contrato de arrendamiento sellado por la autoridad fiscal, y si el lugar es de propiedad privada se requiere una copia del contrato de propiedad.
3. Los documentos de impuestos y seguros de todos los fundadores/socios

4. Tarjeta de identidad de los nacionales griegos, tarjeta de identidad o pasaporte para los nacionales de la UE, pasaporte para los nacionales no comunitarios y permiso de residencia, si residen en el país.
5. 5. La prueba de los depósitos bancarios en el proceso de registro de la empresa.
6. 7. El contrato de arrendamiento sellado por la autoridad fiscal, o la copia del contrato de propiedad.
7. Todos los documentos necesarios para el registro del IVA..

A.E law 4548/2018 & law 2190/1920 & the law 4072/2013

EMPRESA DE ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA

El establecimiento de Koin.S.Ep se hace en el Registro de Empresas Sociales. El proceso incluye los siguientes pasos:

1. Recopilación del estatuto de la empresa por parte de al menos 5 fundadores/socios/miembros con el fin de obtener beneficios colectivos y sociales o por parte de al menos 7 fundadores/socios/miembros con el fin de integrar a los grupos vulnerables o especiales. De acuerdo con la ley, el estatuto debe incluir:
 - el nombre de la empresa. Su nombre se define por el propósito y el tipo de la empresa. Los nombres de los miembros o de terceros y no se utilizan para el nombre de la empresa.
 - la sede y el propósito de la empresa.
 - Los posibles acuerdos de los socios sobre las aportaciones adicionales, la transferencia de acciones, la retirada de un socio, por motivos no previstos por la ley y el reglamento de control interno.
 - Los documentos de impuestos y seguros de todos los fundadores/socios.
2. La sede de la empresa es la ubicación de su sede. Como sede se define el municipio en el que se encuentra la empresa.
3. Registro de la empresa en el DOY
4. Certificado de inscripción en el Registro de Empresas Sociales
5. Presentación en línea de la Declaración de Inicio al Servicio de Finanzas Públicas.
6. Todos los documentos necesarios para el registro del IVA registration

Law 4430/2016

COOPERATIVAS URBANAS

El establecimiento de Astikoi Sineterismoï se hace en el Tribunal del País y en el GEMI. El proceso incluye los siguientes pasos:

1. Recopilación de los estatutos de la empresa por al menos 15 socios/miembros. De acuerdo con la ley, el estatuto debe incluir:

- El nombre de la empresa. Su nombre se define por el propósito y el tipo de la empresa. Los nombres de los socios o de terceros y no se utilizan para el nombre de la empresa.
- La sede y el propósito de la empresa.
- Los posibles acuerdos de los socios sobre las aportaciones adicionales, la transferencia de acciones, la retirada de un socio, por motivos no previstos por la ley y el reglamento de control interno.
- Los documentos de impuestos y seguros de todos los fundadores/socios.

2. La sede de la empresa es la ubicación de su sede. Como sede se define el municipio en el que se encuentra la empresa.

3. Se forma un Comité administrativo que asegura el registro y la aprobación de la compañía, y que cubre la primera reunión general para la elección de la Junta Directiva..

[Law 1667/1896 & law 4601/2019](#)

COOPERATIVAS AGRÍCOLAS

El establecimiento de Agrotikoi Sineterismoï se realiza en Contry Courta y en el Registro Nacional de Cooperativas Agrícolas. El proceso incluye los siguientes pasos:

1. 1. Recopilación de los estatutos de la empresa por parte de al menos 20 socios/miembros. De acuerdo con la ley, el estatuto debe incluir:

- El nombre de la empresa. Su nombre se define por el propósito y el tipo de la empresa. Los nombres de los socios o de terceros y no se utilizan para el nombre de la empresa.
- La sede y el propósito de la empresa.
- Los posibles acuerdos de los socios sobre las aportaciones adicionales, la transferencia de acciones, la retirada de un socio, por razones no previstas por la ley y las normas internas.
- Los documentos de impuestos y seguros de todos los fundadores/socios.

2. La sede de la empresa es la ubicación de su sede. Como sede se define el municipio en el que se encuentra la empresa.

3. A El Consejo de Administración se forma asegurando el registro y la aprobación de la compañía, y cubriendo todas las obligaciones necesarias..

[Law 4384/2016 & law 4673/2020](#)

ONGS

El proceso de establecimiento de las MKO se realiza en el GEMI y en One-stop Service (e-YŞM). El proceso incluye los siguientes pasos:

1. 1. Recopilación de los estatutos de la empresa. De acuerdo con la ley, el estatuto debe incluir
 - información personal de los socios y sus números de IVA
 - el nombre de la compañía
 - el asiento, el propósito y la duración de la compañía
 - los tipos y valores de las contribuciones
2. La sede de la compañía es la ubicación de su cuartel general. Si el lugar está alquilado se requiere un contrato de arrendamiento sellado por la autoridad fiscal, y si el lugar es de propiedad privada se requiere una copia del contrato de propiedad.
3. Los documentos de impuestos y seguros de todos los fundadores/socios
4. Tarjeta de identidad de los nacionales griegos, tarjeta de identidad o pasaporte para los nacionales de la UE, pasaporte para los nacionales no comunitarios y permiso de residencia, si residen en el país.
5. 5. La prueba de los depósitos bancarios en el proceso de registro de la empresa.
6. 7. El contrato de arrendamiento sellado por la autoridad fiscal, o la copia del contrato de propiedad.
7. Todos los documentos necesarios para el registro del IVA.
8. Registro en el DOYDOY

Taxation

	SOLE PR.	NGO	OE & EE	IKE	EPE	AE	KOINSEP	URBAN COOP	AGRICULTURAL COOP
TAX	entre el 9% y el 44% (depende de la cantidad de beneficios)	N/A	29%	39.65%	39.65%	39.65%	29%	10%	13%
G.E.M.I COSTOS ANUALES	30€	100 €	80 €	100 €	150 €	320 €	-	100€	-

2.2.2 España

Por regla general, la constitución de una sociedad anónima o de responsabilidad limitada por el procedimiento ordinario tarda entre 6 y 8 semanas. Los requisitos para crear su propia empresa son:

1. Certificado de búsqueda de nombre claro
2. Solicitud de N.I.F. provisional (VISA)
3. Apertura de una cuenta bancaria
4. Documento que contiene las declaraciones del beneficiario efectivo
5. Ejecución de la escritura ante un notario
6. Solicitud de inscripción del domicilio social en el Registro Mercantil
7. Período de evaluación e inscripción en el Registro Mercantil (15 días)
8. Obtención del N.I.F. definitivo.
9. Apertura de trámites para fines fiscales y laborales

FORMAS DE HACER NEGOCIOS EN ESPAÑA

Creación de una empresa española con personalidad jurídica propia	La legislación española prevé una variedad de vehículos que pueden ser utilizados por empresas o personas extranjeras para invertir en España. Las formas más comunes utilizadas son la sociedad anónima (S.A.) y, principalmente, la sociedad de responsabilidad limitada (S.L.).
Empresario de responsabilidad limitada	La prosecución de la actividad directamente por el individuo cuando se cumplen ciertos requisitos.
Sucursal o establecimiento permanente	Ninguna de las dos alternativas tiene personalidad jurídica propia, lo que significa que su actividad y su responsabilidad jurídica estarán en todo momento directamente relacionadas con la empresa matriz del inversor extranjero.
Empresa conjunta	La asociación con otras empresas ya establecidas en España permite a las partes compartir riesgos y combinar recursos y conocimientos. La ley española permite la creación de una empresa conjunta de varias maneras:

FORMAS DE HACER NEGOCIOS EN ESPAÑA

	<p>Una Unión Temporal de Empresas (UTE).</p> <p>Una Agrupación de Interés Económico (AIE) y una AIE europea (AEIE).</p> <p>Bajo un tipo de sociedad silenciosa propia de la legislación española ("cuenta en participación") con uno o más empresarios españoles.</p> <p>Préstamos participativos.</p> <p>Joint ventures a través de sociedades anónimas o sociedades de responsabilidad limitada españolas.</p>
Sin crear un negocio o asociarse con negocios existentes o establecer un centro físico de operaciones en España	<p>Las alternativas incluyen:</p> <p>Firmar un acuerdo de distribución.</p> <p>Operar a través de un agente.</p> <p>Operar a través de agentes comisionados.</p> <p>Franquicia.</p>
Adquisiciones	Adquisición de acciones, bienes inmuebles situados en España o negocios.
Capital de riesgo	Inversión en entidades de capital de riesgo.

Source: Ways of doing business in Spain, ICEX

Requisitos generales para los países no pertenecientes a la Unión Europea

Para obtener con éxito un visado de empresario en España (para más información visite), debe ser de un país no perteneciente a la Unión Europea y comprobar las siguientes características:

El empresario debe ser mayor de 18 años (edad legal en España).

Antecedentes penales claros. Que se mantenga tanto para España como para cualquier otro país durante los 5 años anteriores a la solicitud.

En el momento de la solicitud, no puede estar en situación irregular en España.

El profesional que inicie la empresa debe tener un seguro médico (público o privado) con cobertura total en el territorio español.

También es necesario disponer de medios suficientes para él/ella y su familia (si lo solicitan conjuntamente). La cantidad requerida es de 2.130 euros para el solicitante principal y de 532 euros para cada miembro de la familia que esté a su cargo.

Los documentos que debe presentar para obtener su residencia como empresario

Los principales documentos que necesita para obtener su visa de empresario son:

Formulario de solicitud. El documento específico que establece que desea solicitar un visado de empresario o una autorización de residencia. Como hemos visto antes, el formulario difiere dependiendo de cuál de los dos caminos se siga. Encontrará esos documentos adjuntos en sus secciones específicas en este artículo.

Pasaporte completo.

Prueba del pago de la tasa correspondiente.

Prueba de que cumple todos los **requisitos necesarios**: que tiene suficientes **medios económicos**, **seguridad social**, etc.

Plan de negocios. Tendrá que presentar su plan de negocios, en el que detallará cuidadosamente su actividad y cómo va a beneficiar a la economía española. Como ya hemos mencionado, en este documento se debe hacer hincapié en la creación de empleo, la innovación y el impacto positivo en el crecimiento socioeconómico del país. Debe ser enviado a la Oficina Comercial.

Informe favorable. Si el plan de negocios es aprobado por la Oficina Comercial, su proyecto será considerado de interés económico para España. Entonces tendrá luz verde para enviar ese documento de aprobación a la Oficina de Inmigración correspondiente para obtener su visado de empresario.

Iniciativa empresarial

Con el fin de apoyar a los empresarios y su internacionalización, se ofrece una formación telemática de sociedades de responsabilidad limitada. La Ley de Empresarios creó el concepto de "Empresario de Responsabilidad Limitada" (ERL), cuyas principales características pueden ser asumidas por un empresario individual, independientemente de su actividad empresarial o profesional.

Según el ICEX, los requisitos son:

- 1) Inscripción de la condición de ERL en el Registro Mercantil correspondiente al domicilio social, lo que puede hacerse con un certificado notarial que debe ser presentado por el notario en el Registro Mercantil el mismo día o el día hábil siguiente a su autorización, o la solicitud firmada con la firma digital del empresario y enviada por vía telemática al Registro Mercantil
- 2) Valor de la residencia principal para la cual la responsabilidad de las deudas comerciales o profesionales
- 3) Revelación del estado del ERL
- 4) Inscripción en el Registro de la Propiedad

¿DÓNDE PUEDO ENCONTRAR CONSEJOS PARA CREAR MI PROPIA EMPRESA EN ESPAÑA?

Si necesita asesoramiento para crear su propia puesta en marcha, las "**aceleradoras**" e "**incubadoras**" ofrecen todo tipo de información y acceso a la financiación en las diferentes etapas del desarrollo del proyecto's.

Las **incubadoras de empresas** (incubadoras) suelen estar patrocinadas, apoyadas y gestionadas por entidades gubernamentales, universidades o empresas privadas. El objetivo principal es ayudar a crear y hacer crecer un negocio dando apoyo durante la primera fase de una puesta en marcha. Se utiliza para dar lugar a un lugar de trabajo, tutoría, educación, servicios de apoyo y servicios técnicos y financieros. Además, también se proporciona un capital inicial de lanzamiento que permite a las empresas de nueva creación probar la viabilidad de su idea.

En España se pueden encontrar incubadoras de empresas como [Tetuan valley](#), [Euronova](#), [Demium startup](#), [Cloud incubator](#), [Kbi Digital](#), [Blast of Partners](#).

En las aceleradoras de empresas, ofrecen recursos, apoyo a los emprendedores y sólo invierten en aquellas startups que están en pleno desarrollo, por lo que apuestan por startups cuyo equipo ya tiene experiencia previa, cubre las funciones principales de una empresa y está plenamente comprometido con el proyecto. Simplemente, el objetivo principal es acelerar el crecimiento y tratar de asegurar el éxito de los proyectos emprendedores dando un espacio de trabajo de alquiler, capitalización, coaching, mentoring, networking e incluso otros servicios básicos como telecomunicaciones, o incluso limpieza o aparcamiento.

Se pueden encontrar aceleradores de negocios que son [Seedrocket](#), [Wayra](#), [lanzadera](#), [Antai Venture builder](#), [Connector accelerator](#), [Plug and play](#), [Impulsame](#), [Sprita](#), [Barcelona Activa](#), [Star Wars Lab](#) , [Orizont](#) , [Ship2b](#), [Climate Kic](#)

CUÁLES SON LAS PRINCIPALES FUENTES DE FINANCIACIÓN DE LOS PROYECTOS DE LANZAMIENTO?

Podemos encontrar que la financiación pública abarca una amplia variedad de instrumentos que proporcionan apoyo e incentivos para la inversión y que las fuentes de financiación privada incluyen la financiación bancaria, básicamente líneas de crédito y préstamos; sin embargo, también hay otros productos financieros, como el arrendamiento financiero, el alquiler, el factoraje, las facilidades de pago de proveedores o acreedores, etc. Como alternativas a la financiación bancaria, existen los planes de garantía mutua y las sociedades de capital riesgo o la emisión de acciones o deudas en los mercados de capitales. Hemos recopilado las opciones más conocidas para encontrar fuentes de financiación:

Amigos y familiares:

La cantidad media aportada por estos "inversores" suele oscilar entre 1.000 y 10.000 euros, lo que ayuda a los costes iniciales

Business angels (inversores privados):

They look for startups with high growth potential and they invest between €10,000 and €50,000, although figures of up to €300,000 can be reached.

Buscan empresas de nueva creación con un alto potencial de crecimiento e invierten entre 10.000 y 50.000 euros, aunque se pueden alcanzar cifras de hasta 300.000 euros.

EBAN (European Business Angel Network) es la organización paneuropea para inversores en fase inicial que reúne a más de 150 organizaciones miembros de más de 50 países. En España existen dos organizaciones principales que aglutinan a las Business Angel Networks (BAN): ESBAN y AEBAN. Sin embargo, también tenemos BAN Madrid, Bagj, Biocrew, Esade, IESE, Keiretsuforum, entre otras..

Préstamos sin garantía:

Esta opción de financiación ofrece préstamos con condiciones generalmente más ventajosas. Existen algunos programas de préstamos de instituciones españolas como Enisa, CDTI.

Capital de riesgo

Las empresas de capital de riesgo invierten en las primeras etapas de un emprendimiento. Normalmente, las entidades de este tipo invierten en modelos de negocio con un alto componente tecnológico como la biotecnología, las TIC y el software. La Asociación Española de Capital, Crecimiento e Inversión (ASCRI) es la entidad que representa al sector del capital privado (Venture Capital & Private Equity) en España. Algunos de los principales fondos de capital riesgo nacionales son [Active Venture Partners](#), [Axon Partners Group](#) and [Kibo Ventures](#).

Crowdfunding

Se trata de un plan de financiación colectiva, en el que un empresario recibe pequeñas cantidades de capital de numerosos inversores. Este sistema es menos exigente que otros canales de financiación. [Capital Cell](#), [Crowdcube](#), [Startupexplore](#), [Bolsa Social](#)

Microcréditos y bancos

1. PÁGINAS WEB ÚTILES

2. ICEX - Invest in Spain +34 91 503 58 00
3. <http://www.investinspain.org>
4. Spanish Chamber of Commerce-
+34 91.590.69.00
<https://www.camara.es/en>
5. Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa (General Management for Industry and Small and Medium Enterprises)
6. www.ipyme.org
7. Agencias de desarrollo locales y regionales (Local and regional development agencies) www.foroadr.es
8. Asociaciones de jóvenes empresarios (Associations of young entrepreneurs) www.ajeimpulsa.es
9. Portal de Emprendedores de la Agencia Tributaria (Entrepreneurs Portal of the Tax Agency)
www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Emprendedores.shtml
10. Sepe www.sepe.es/contenidos/autonomos/index.html
11. Centros Europeos de Empresas Innovadoras (European Centers of Innovative Companies)
www.ances.com
12. Young business Spain
Tel: +34 91 790 63 58
<https://www.youthbusiness.org/member/youth-business-spain-spain>
13. ENISA www.enisa.es
14. ICO www.ico.es

2.2.3 Polonia

Todos los empresarios de Polonia están sujetos a la inscripción en el Registro Central e Información sobre la Actividad Económica (CEIDG) o en el registro de empresarios del Juzgado Nacional de Registros (KRS), por lo que para realizar ciertos tipos de actividad económica en Polonia puede ser obligatorio someterse a un procedimiento de registro. El proceso de registro difiere según la forma de la actividad económica.

El registro de su empresa requerirá varias decisiones importantes, que determinarán, entre otras cosas, qué impuestos pagará y cuáles serán sus obligaciones como empresario.



ACTIVIDAD EMPRESARIAL INDIVIDUAL (AUTO-EMPLEO) *Własna działalność gospodarcza*

El empresario puede iniciar la actividad comercial el día de la presentación de la solicitud de inscripción, a menos que indique una fecha posterior en la solicitud. La solicitud de inscripción es gratuita y debe hacerse en el formulario CEIDG-1, que luego debe ser presentado:

- En una oficina municipal (de la ciudad) elegida; el empresario no está restringido territorialmente y puede presentar la solicitud en una oficina municipal/de la ciudad elegida arbitrariamente (el requisito de resolver este asunto en la oficina municipal/de la ciudad adecuada al lugar de residencia ya no está en vigor). Puede hacerse en persona o por correo (carta certificada). El envío de la solicitud requiere la autenticación de la firma por un notario (los honorarios notariales para la autenticación de la firma son de 20 PLN), o
- A través del sitio web www.ceidg.gov.pl (requiere ingresar al sistema y tener una firma electrónica segura, o establecer un perfil de confianza en la plataforma www.epuap.gov.pl)

EN LA SOLICITUD "CEIDG-1", DEBE DECLARAR:

- sus datos personales (nombre, apellido, número de identificación personal (PESEL), etc.)
- su dirección de residencia y direcciones de la actividad económica
- el nombre comercial elegido
- los códigos de la ACP relacionados con la actividad económica
- el número de empleados
- datos relativos a la seguridad social y el seguro de salud

- el tratamiento elegido del impuesto sobre la renta de las personas físicas
- la dirección del lugar donde se conservarán los registros contables del solicitante
- los datos de las cuentas bancarias

ESTABLECIMIENTO Y REGISTRO DE UNA ENTIDAD

El primer paso en la constitución de una entidad es elegir la forma jurídica adecuada. Esto tiene un efecto significativo en los procedimientos posteriores. La LLC o PLC son probablemente los vehículos legales más atractivos para los inversores que realizan negocios en Polonia. Por lo tanto, las siguientes explicaciones se centrarán en lo anterior. La constitución de la LLC y la PLC se ejecuta ante el notario polaco y los estatutos deben ser notariados. En efecto, la empresa como entidad está constituida. La empresa en una organización (antes de que los documentos se presenten ante el Tribunal) puede, en su propio nombre, adquirir derechos, incluida la propiedad de bienes inmuebles y otros derechos de remisión, contraer obligaciones, demandar y ser demandada. La empresa también debe elegir su dirección comercial. En el proceso de registro, la dirección se confirma mediante el contrato de arrendamiento o el título de propiedad del inmueble. El capital inicial de la compañía debe ser pagado en su totalidad por la LLC y al menos en un 25% por la PLC antes del momento de presentar los documentos al Tribunal. Todas las empresas en Polonia están obligadas a abrir una cuenta bancaria. Los documentos necesarios para la apertura de una cuenta pueden ser diferentes en cada banco (por ejemplo, los estatutos de la sociedad/estatuto y las muestras de las firmas de las personas autorizadas para representar a la empresa). También es posible abrir una cuenta para la empresa en la organización. El siguiente paso es presentar una solicitud al Juzgado Nacional de Registros (KRS).

Sociedad General

Una sociedad general es una asociación de al menos dos socios que operan una empresa con su propio nombre comercial. La sociedad general se rige por el Código de Sociedades Comerciales. La empresa está registrada en el Registro de Empresarios (KRS). La sociedad general no es una entidad separada, es una organización legal con capacidad para adquirir derechos, contraer deudas, demandar y ser demandada. Los derechos y obligaciones de los socios están estipulados en el acuerdo de asociación. Cada socio tiene responsabilidad ilimitada por las deudas de la Sociedad General, en caso de que la ejecución con cargo a los activos de la sociedad resulte ineficaz (responsabilidad subsidiaria del socio). No existe la obligación de un capital social mínimo (excepto en una sociedad anónima limitada). Los socios, sus calificaciones profesionales y el trabajo realizado son de la mayor importancia. Todas las operaciones de la sociedad que dan lugar a la asunción de obligaciones están garantizadas por la responsabilidad de los socios. Por regla general, la responsabilidad de los socios es:

- ilimitado - para todas las obligaciones de la sociedad, incluyendo las obligaciones fiscales;
- personal - con todos los activos de un socio;
- conjunta y solidaria - un acreedor puede exigir que una reclamación sea resuelta por la sociedad o por uno, algunos o todos los socios;

- subsidiaria - un acreedor puede ejecutar sobre los activos de un socio si una ejecución sobre los activos de la sociedad ha resultado ineficaz.

Se establece una asociación al registrarse en el KRS. A partir de ese momento, es una entidad jurídica separada, una persona llamada imperfecta, una unidad organizativa sin personalidad jurídica a la que el SCR ha concedido capacidad jurídica.

En su propio nombre, la sociedad puede adquirir derechos, incluida la propiedad de bienes inmuebles y otros derechos de propiedad, asumir obligaciones y demandar y ser demandada.

Los únicos contribuyentes son los socios de la sociedad, no la sociedad propiamente dicha (excepto en una sociedad anónima limitada) y por ello sólo están sujetos a impuestos los ingresos de un socio. Dependiendo de si el socio es una persona física o jurídica, estará sujeto al impuesto sobre la renta de las personas físicas (PIT) o al impuesto sobre la renta de las sociedades (CIT).

Sociedad de Responsabilidad Limitada

Una sociedad de responsabilidad limitada es una sociedad constituida por profesionales (como abogados, asesores fiscales o médicos), con el fin de prestar servicios profesionales. El socio de la sociedad de responsabilidad limitada sólo puede ser una persona autorizada para ejercer la profesión. La característica principal de la sociedad de responsabilidad limitada es que un socio no es responsable de la obligación de la sociedad en relación con las actividades profesionales de otros socios.

Documentos requeridos

La inscripción de una sociedad de responsabilidad limitada en el Juzgado Nacional de Registros se hace sobre la base de una solicitud. La solicitud de inscripción debe presentarse en el formulario oficial KRS-W3.

Rellene el formulario en polaco, de forma legible, a máquina, ordenador o a mano, en letras mayúsculas. **Adjuntar a la solicitud:**

1. Formulario KRS-WA - sucursales, unidades organizativas locales
2. Formulario KRS-WE - socios de una sociedad de responsabilidad limitada sujeta a inscripción en el registro
3. Formulario KRS-WH - el método de establecimiento de la entidad
4. Forma KRS-WK - órganos de la entidad
5. Formulario KRS-WL - apoderados
6. Formulario KRS-WM - tema de la actividad
7. estatutos
8. Declaración de la Junta Directiva sobre la aportación de capital

9. Un documento que nombra a los miembros de los órganos de gobierno de la empresa.
10. la lista de socios
11. Los apellidos, nombres y direcciones de los miembros de la Junta Directiva
12. Apellido, nombre o razón social y domicilio social y dirección del único miembro (si lo hubiera)
13. pruebas de pago de las tasas
14. Una lista que contenga el nombre y la dirección para el servicio o el nombre comercial y el domicilio social de los miembros de las autoridades o las personas autorizadas a nombrar la junta directiva.

Sociedad anónima/Sociedad anónima pública (PLC) Una sociedad anónima/Sociedad anónima pública

Sociedad anónima/sociedad anónima pública Una sociedad anónima/sociedad anónima pública es muy similar a una sociedad de responsabilidad limitada en lo que respecta a la responsabilidad de los accionistas, el órgano de gobierno y los impuestos. Sin embargo, las disposiciones estipuladas por el Código de Sociedades Comerciales en relación con la S.A. son relativamente más formalistas y establecen obligaciones adicionales que deben cumplir los órganos de la empresa. Esto tiene un impacto directo en el costo de la constitución y el funcionamiento de la empresa. De hecho, esta forma jurídica se utiliza para la planificación empresarial IPO, buscando 7 inversores PE/VC o cuando esta forma es requerida por la legislación polaca (por ejemplo, bancos, fondos de pensiones y otras instituciones financieras). Al igual que la LLC, la PLC se trata como una entidad jurídica independiente de sus accionistas o único accionista. La sociedad anónima puede ser constituida por una o más personas/entidades. Sin embargo, la sociedad anónima no puede ser constituida por otra sociedad de responsabilidad limitada de un solo accionista que se rija por el derecho polaco o extranjero. La restricción se refiere únicamente al proceso de registro. El estatuto de la sociedad anónima debe firmarse ante el notario polaco. No obstante, la sociedad puede ser constituida por un apoderado de hecho mediante el poder que se le otorga. La sociedad nace con la aplicación del estatuto. Sólo la inscripción en el Registro de Empresarios

EL REGISTRO PROPORCIONA AL PLC SU PLENA CONDICIÓN JURÍDICA. EL ESTATUTO DEBE ESPECIFICAR:

- el nombre comercial de la empresa, incluyendo la descripción adicional "spółka akcyjna" o su abreviatura "S.A.",
- la sede de la compañía,
- el alcance de su actividad comercial,
- si la sociedad se ha constituido por un período de tiempo limitado
- el importe del capital social de la empresa y el importe pagado para cubrir el capital social antes de su registro,
- el valor nominal de las acciones y su número, con indicación de si son acciones nominativas o al portador,

- si se proporcionan diversos tipos de acciones y, en caso afirmativo, el número de acciones de un tipo específico y sus derechos conexos,
- el nombre del fundador,
- el número de miembros del Consejo de Administración y del Consejo de Supervisión (por lo menos el número mínimo y máximo de miembros de estos órganos con información relativa a la entidad autorizada para definir la composición)
- la gaceta seleccionada para la publicación del anuncio de la empresa si ésta tiene la intención de publicar anuncios adicionales a los publicados en la Gaceta de Tribunales y Empresas (Monitor Sądowy i Gospodarczy).

De conformidad con la legislación polaca, la sociedad anónima debe tener un capital social mínimo de 100.000,00 PLN y el valor nominal mínimo de las acciones debe ser de 0,01 PLN Las contribuciones pueden hacerse en efectivo o en especie y la contribución en especie debe estar a disposición de la Junta Directiva.

Basado en: <https://www.biznes.gov.pl/>

Impuestos en Polonia

El tipo de IVA estándar en Polonia es del 23%, aunque se aplican tipos reducidos del 8% y el 5% a determinados productos.

El tipo del impuesto de sociedades en Polonia es del 19%.

En Polonia, los dividendos están sujetos a una retención en la fuente del 19%, mientras que los intereses y cánones están sujetos a un tipo de retención del 20%, a menos que se apliquen tratados de doble imposición.

2.2.4 Turquía

CONTRATO CON UN ASESOR FINANCIERO EXPERTO

Es la decisión más inteligente tomar un acuerdo con un asesor financiero que ayude a gestionar todo este proceso durante la creación de una empresa. Cuando se trata de los documentos que hay que preparar, los permisos que hay que emitir, el notario, las atestaciones, los cambios de legislación, un profesional que haya dado este trabajo años es la autoridad que le guiará de la manera más correcta. Además, es un tema que no debe perderse, ya que le ayudarán en muchas otras cuestiones como las ventajas fiscales y los apoyos de la KOSGEB. Además, es necesario hacer un contrato con él sobre las actividades de la empresa durante el período de trabajo de la empresa. En esta etapa, es posible deshacerse de la carga de papeleo y procedimientos por un cierto precio, obteniendo ayuda de las empresas de consultoría que hacen el negocio del establecimiento de la empresa.



SELECCIÓN DEL TIPO DE EMPRESA

Es necesario ser consciente de las responsabilidades y desventajas de todas estas empresas para determinar si la empresa que se abrirá en la selección del tipo de empresa será una empresa de capital, una empresa privada, una sociedad anónima o una sociedad de responsabilidad limitada. En esta etapa es necesario realizar una investigación profunda para decidir qué tipo de empresa se va a establecer en función del capital y del negocio que se va a realizar. En esta etapa, el asesor financiero tendrá un gran impacto. Después de determinar el tipo de empresa, hay procedimientos que deben realizarse en las instituciones y organizaciones oficiales como el notario, la oficina de impuestos, la cámara de comercio, los bancos, las aduanas, etc..

PREPARACIÓN DE LOS ESTATUTOS DE LA EMPRESA, FASE DE APROBACIÓN DEL NOTARIO Y DEL REGISTRO MERCANTIL

El contrato de sociedad principal, indispensable para una empresa, es el contrato en el que se determinan entre los socios los puntos más básicos como el título de la sociedad, el objeto de la actividad, el centro de la empresa, el importe del capital, las acciones, los socios fundadores, el tipo de distribución de los beneficios, el modo de reunión de la asamblea general. Una vez preparado el contrato, se registra en el sistema MERSİS (Sistema de Registro Central) a través de Internet. En el sistema MERSİS se introduce el contrato principal y se obtiene el número de seguimiento. En la siguiente etapa, el original del contrato principal se hace llegar a la Dirección del Registro Comercial con el número de seguimiento MERSİS, y se firman 3 contratos principales, que se registran y reciben por los socios en presencia de funcionarios autorizados. Además, se prepara el certificado de registro

de la empresa (declaración de firma). Y una copia de la identidad notariada del notario debe ser expedida a la oficina de impuestos para ser notificada del inicio de la etapa de empleo.

PROCESO DE LA OFICINA DE IMPUESTOS Y EL PROCESO DE BLOQUEO DE CAPITAL DEL BANCO

Es necesario solicitar a la oficina de impuestos cercana a la sede de la empresa una petición relativa al contrato principal y la solicitud del número de impuesto. Con el potencial número de impuesto recibido, se crea un bloqueo de capital en el banco en el siguiente paso. Para crear este bloqueo, es necesario ir al banco con el número de impuesto y el contrato principal y discutir con el representante del cliente de la PYME. Mientras que esta cantidad de bloqueo es por lo menos 1/4 del capital para la sociedad anónima, no existe tal requisito para las sociedades anónimas. Una vez que el dinero se deposita en la cuenta, los documentos relacionados con el recibo y el bloqueo se toman del banco y se entrega una copia a la oficina de registro comercial. Esta cantidad, que se bloquea en las últimas etapas, puede transferirse a la cuenta de la empresa que se abrirá para las transacciones después del registro del establecimiento de la empresa.

EL PROCESO DE DEPÓSITO DE LA TASA DEL ORGANISMO DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA

Si bien la tasa de la Autoridad de Competencia se deposita en cualquier sucursal del Halkbank antes del 01.01.2018, a partir de esta fecha se deposita en las Cámaras de Comercio e Industria. El importe de esta tasa es de 4 en 10.000 del capital. Una copia de este recibo, que se recibirá después de que la tasa haya sido depositada, debe ser guardada en los archivos del establecimiento de la empresa.

MINISTERIO DE COMERCIO Y PERMISOS DE ADUANA

Este permiso que deben tomar las sociedades anónimas sujetas a la autorización del Ministerio es el arrendamiento financiero, los bancos, las empresas que operan oficinas de divisas, las empresas sujetas a la ley del mercado de capitales, el arrendamiento financiero, las empresas de factoraje, etc. deben ser tomadas por las empresas.

ENTREGA DE LOS DOCUMENTOS DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA AL REGISTRO MERCANTIL

El proceso de establecimiento de una empresa es un proceso que comienza con la inscripción en el sistema MERSİS y continúa con la entrega de todos los documentos que se recuperan en el registro mercantil. Las tasas que se desean en la entrega de documentos al registro mercantil deben ser depositadas inmediatamente.

Estos documentos son:

- Salida de la pantalla de Mersis
- de los principales contratos aprobados por el notario público
- Si los socios no acuden al registro mercantil, el apoderado
- Declaración de registro de habitación con foto

- formularios de solicitud de establecimiento de una empresa
- Formulario de información sobre los socios fundadores
- Carta del banco sobre el bloqueo de capital
- Recibo bancario relacionado con la cuota de la Autoridad de Competencia
- parte de la empresa declaraciones de los firmantes autorizadas

Después de la aprobación de la solicitud, se debe obtener el certificado de registro, la carta de registro y el documento de actividad. Además, después del registro, todos los libros legalmente solicitados deben ser certificados por un notario.

RECIBIR CIRCULARES DE FIRMAS

La circular de firma debe prepararse en el notario público con las muestras de firma que asignará el funcionario de la empresa, que adquirió personalidad jurídica tras su inscripción en el registro mercantil, a nombre de la empresa. Estas circulares de firma se utilizan en todas las actividades y transacciones que se realicen en nombre de la empresa.

REALIZAR LAS APROBACIONES DE LOS CUADERNOS

Las empresas tienen que llevar los cuadernos que exige la ley para documentar su situación financiera y económica, sus cuentas por cobrar y sus deudas en cada período de actividad según sus estructuras comerciales. Según el tipo de empresa, estos cuadernos que deben llevar deben estar certificados en el registro mercantil en la etapa de establecimiento de acuerdo con la legislación. Es obligatorio transmitir electrónicamente al Ministerio de Finanzas la siguiente información sobre los procesos de certificación de estos libros de registro comercial.

- Título del contribuyente, número de identificación fiscal, información del número de identificación fiscal
- Tipo de cuaderno aprobado, información del período contable que se utilizará
- Número del certificado, información sobre la fecha del certificado en relación con el certificado
- Nombre, apellido, información del cargo del oficial que realiza el proceso de certificación

RESPONSABILIDAD FISCAL Y AVISO DE INICIO

En este proceso, los documentos solicitados se presentan en el proceso de obtención de la obligación tributaria mediante solicitud a la oficina de impuestos. Después de presentar los documentos solicitados, la oficina de impuestos hace una visita de sondeo a la empresa. El informe oficial que se guarda durante la encuesta es firmado por el representante de la empresa. Después del informe oficial, se puede solicitar una placa de impuestos. Si la empresa tiene un contrato con un asesor financiero, éste puede utilizar su autoridad para

aprobar la solicitud de un certificado fiscal sin esperar una inspección. Por lo tanto, siempre es más saludable y práctico comenzar

Los documentos solicitados por la oficina de impuestos en la solicitud son los siguientes:

- Formulario de inicio
- Circular de la firma de la compañía
- Certificado de Registro Comercial
- Copia certificada u original de los documentos de identidad de los socios y el firmante
- Copias de la residencia de los socios y del firmante
- Contrato de arrendamiento o copia del título de la sede de la empresa
- El registro comercial registró el acuerdo de la empresa principal

PROCESO DE RESOLUCIÓN DE BLOQUEO DE CAPITAL BANCARIO

El importe del capital bloqueado en el banco durante la fase de establecimiento puede utilizarse desbloqueándolo después de estos procesos. Mientras se lleva a cabo este proceso de resolución, se realiza una entrevista con el consultor de PYMES del banco correspondiente junto con el certificado de registro recibido de la Oficina de Registro Mercantil. Tras la presentación al banco de la circular de firma, la carta del Registro Mercantil relativa a la empresa que adquirió la personalidad jurídica y el periódico oficial en el que se publica el contrato principal, se resuelve y se tiene en cuenta el importe que se bloquea.

PROCESO DE EMPLEO DEL PERSONAL ASEGURADO

En la empresa cuyo establecimiento se ha completado, si el personal será empleado, se debe hacer una solicitud a la Institución de Seguridad Social (SGK) para su ingreso.

Los documentos requeridos en la solicitud son los siguientes:

- Declaración del lugar de trabajo
- Periódico del Registro Mercantil
- Firma de las circulares
- Placa de impuestos
- Contrato de trabajo, si lo hay

En el siguiente proceso, las declaraciones sobre los empleados deben ser entregadas a la SGK (Institución de Seguridad Social). Los servicios de notificación a la SGK son proporcionados por el asesor financiero contratado con una contraseña de usuario.

PROCEDIMIENTOS DE REGISTRO EN LA CÁMARA DE INDUSTRIA, CÁMARA DE COMERCIO Y CÁMARA DE ARTESANOS

Si la empresa establecida es un industrial, se requiere que se registre en la cámara de industria. Los documentos necesarios para la solicitud en la cámara de industria son los siguientes:

- Formulario de solicitud
- Periódico del Registro
- Circular de firma autorizada
- Estatutos aprobados por notario
- Copias de los documentos de identidad de los socios de la empresa
- Informes de residencia de los socios de la empresa

TRANSACCIONES DE LA MUNICIPALIDAD

De acuerdo con el requisito de actividad de la empresa establecida, la solicitud debe presentarse en el municipio correspondiente y se debe solicitar una licencia. Para beneficiarse de los servicios municipales, hay que hacer algunos trámites en la municipalidad y obtener los permisos correspondientes. Estos trámites deben realizarse lo antes posible. La licencia de apertura de un centro de trabajo y el permiso se expiden con el contrato de arrendamiento/título de propiedad, el registro de la cámara de comercio y el certificado de impuestos. Mientras tanto, se deposita un impuesto de limpieza ambiental.

PROCESO DE INICIO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

Después de que se cumplan todas estas legislaciones y procedimientos para el funcionamiento de la empresa, el establecimiento de la empresa se completa y la empresa puede iniciar sus actividades comerciales. Los procedimientos necesarios para el inicio se completarán parcialmente preparando las necesidades como recibos, facturas, sellos, cobros y recibos de pago para ser utilizados en las actividades comerciales desde la imprenta antes de la operación. Ahora, esta nueva empresa está en condiciones de iniciar sus planes y actividades para lograr el éxito de su objetivo.

2.3 Leyes Europeas

La Comisión Europea ha publicado una guía paso a paso sobre "cómo crear una empresa en la UE". A continuación se presentarán los pasos y normas necesarias, si desea iniciar un negocio en la UE. Por supuesto, puede asesorar a [la plataforma de la Comisión Europea](#) y comprobar todos los detalles.

Establecer un negocio en la UE

Si eres ciudadano de la UE, puedes:

- Establecer su negocio en cualquier país de la UE
- Establecer una sucursal de una empresa existente con sede en la UE que ya esté registrada en un país de la UE

Requisitos

Cada país europeo tiene sus propios requisitos. Sin embargo, los requisitos más comunes son:

- El proceso de instalación dura aproximadamente 3 días laborables
- Los costes de establecimiento son inferiores a 100
- Todos los procedimientos se realizan a través de un único órgano administrativo
- Los procesos de registro y [administrativos](#) se realizan normalmente en línea

Financiación y apoyo

La UE proporciona fondos para nuevas empresas.

INICIO

[Startup Europe Club](#) es una lista de programas de financiación, información y formación en la que se pueden encontrar fondos que satisfagan sus propias necesidades.

DESARROLLO Y EXPANSIÓN

Además, [Startup Europe Partnership](#) es una plataforma que puede ayudar a desarrollar e incluso ampliar su negocio colaborando con otras empresas europeas.

AUMENTAR LA VISIBILIDAD

[El Portal de Proyectos de Inversión Europea](#) le ofrece la oportunidad de ponerse en contacto con potenciales inversores internacionales y aumentar la visibilidad de su negocio. Es necesario registrarse.

OTRAS COMUNIDADES, GRUPOS Y BASES DE DATOS ÚTILES

[Ejemplos de empresas financiadas por la UE](#), un mapa interactivo de todo el mundo.

[Portal europeo de justicia electrónica](#)! Esto le permite buscar y acceder a la información de las empresas de los registros comerciales nacionales.

[El espíritu empresarial de las mujeres](#). Una plataforma que da a las mujeres la posibilidad de iniciar su propio negocio.

Normas y leyes de la UE

Las leyes de sociedades de la UE abordan cuestiones como la formación, el capital, los requisitos de divulgación y los procedimientos de funcionamiento de las empresas.

- Directiva 2017/1132:

- La Directiva 2019/1151, de 20 de junio de 2019, abarca disposiciones sobre la utilización de herramientas y procesos digitales en el derecho de sociedades

- La Directiva (UE) 2019/2121, de 27 de noviembre de 2019, establece nuevas normas sobre las conversiones y escisiones transfronterizas y modifica las normas sobre fusiones transfronterizas. Los Estados miembros deben transponer esta Directiva antes de enero de 2023. Este nuevo conjunto de normas permitirá a las empresas utilizar las herramientas digitales en los procedimientos de derecho de sociedades y reestructurar y trasladarse a nivel transfronterizo, proporcionando al mismo tiempo fuertes salvaguardias contra el fraude y protegiendo a las partes interesadas. Estas nuevas Directivas revisan y complementan la Directiva 2017/1132.

- La Directiva 2012/17/UE y el Reglamento de aplicación de la Comisión (UE) 2015/884 establecen normas sobre el sistema de interconexión de los registros mercantiles ("BRIS"). El BRIS está en funcionamiento desde el 8 de junio de 2017. Permite el acceso electrónico en toda la UE a la información y los documentos de las empresas almacenados en los registros mercantiles de los Estados miembros a través del Portal Europeo de Justicia Electrónica.

- La Directiva 2009/102/CE establece un marco para la creación de empresas de un solo miembro.

- El Reglamento 2157/2001 establece un estatuto para la Sociedad Europea (Societas Europea o "SE"), es decir, una forma jurídica de la UE para las sociedades anónimas, y permite a las empresas procedentes de diferentes Estados miembros llevar a cabo sus actividades en la UE bajo una única marca europea.

- El Reglamento 2137/85 establece un estatuto para una Agrupación Europea de Interés Económico (AEIE), es decir, una forma jurídica de la UE para una agrupación formada por empresas o entidades jurídicas y/o personas físicas que realizan actividades económicas procedentes de diferentes Estados miembros; la

finalidad de esa agrupación es facilitar o desarrollar las actividades económicas transfronterizas de sus miembros.

Las leyes de la UE sobre empresas abordan cuestiones de gobernanza empresarial, centrándose en las relaciones entre la dirección, el consejo de administración y las partes interesadas de la empresa.

- La Directiva 2007/36/CE establece ciertos derechos para los accionistas de las empresas que cotizan en bolsa
- La Directiva (UE) 2017/828, tiene por objeto fomentar un compromiso más a largo plazo de los accionistas
- El Reglamento de aplicación de la Comisión 2018 (UE) 2018/1212 establece los requisitos mínimos en lo que respecta a la identificación de los accionistas, la transmisión de información y la facilitación del ejercicio de los derechos de los accionistas.
- La Directiva 2004/25/CE establece normas mínimas para las ofertas públicas de adquisición (o cambios de control) de valores de sociedades de la UE.

Lee mas en [European Commission's Platform](#).

Prueba rápida de conocimientos 2

Las pruebas de conocimiento, ayudarán a los alumnos a refrescar rápidamente lo que han aprendido en este módulo.

PREGUNTA 1

Todos los estados miembros de la UE siguen el mismo proceso de establecimiento de negocios?

- a. Si
- b. No

PREGUNTA 2

¿Cuánto tiempo se tarda aproximadamente en establecer un negocio en un país de la UE?

- a. 3 days
- b. 1 week
- c. 1 month

PREGUNTA 3

En general, ¿qué país tiene las tasas de impuesto de sociedades más altas?

- a. Turkey
- b. Poland
- c. Spain
- d. Greece

PREGUNTA 4

¿Cuáles son los costos de establecimiento de las empresas en la UE?

- a. Bajo
- b. Medio
- c. Alto
- d. Basado en el tipo de compañía

PREGUNTA 5

¿Puede un negocio establecerse en línea?

- a. Si
- b. No

Actividades

Las siguientes actividades están preparadas para educadores y profesores y su objetivo es enseñar habilidades específicas a los aprendices.

Actividad 1

TARJETAS DE PAREJAS

Introducción de la actividad

Este ejercicio es un punto de introducción que tiene como objetivo mejorar el conocimiento de los alumnos, potenciando lo que han aprendido durante este módulo..

Explicación de la actividad

Tiempo
previsto:

1 hora
didáctica (45')

MATERIALES NECESARIOS:

- tarjetas impresas (o trozos de papel) con formularios comerciales y sus características
- formularios comerciales que se añadirán (con base en el país, por ejemplo, para Grecia: Empresariado único, ONG, OE, EE, AE, IKE, EPE, KoinSEp, Cooperativa urbana, Cooperativa agrícola)

Alcance

Los alumnos deben conocer mejor las entidades jurídicas disponibles en los países de la UE, aprender sobre sus características y señalar sus diferencias.

Plan didáctico

ASIGNACIÓN DE TIEMPO	DESCRIPCIÓN
2'	1. El entrenador deja alrededor del aula las tarjetas con las formas y características
20'	2. Los aprendices tienen que colaborar y hacer coincidir con precisión los términos con sus definiciones
10'	3. Después de que el tiempo haya pasado, el entrenador pedirá a los alumnos que muestren sus resultados
13'	4. A continuación se celebrará una sesión de debate.

Actividad 2

CUESTIONARIO "¿CÓMO ES LA UE RELEVANTE PARA SU VIDA DIARIA?"

Introducción de la actividad

Una divertida actividad de equipo, que ayudará a los alumnos a comprender mejor cómo la UE afecta positivamente a las vidas de los ciudadanos de la UE.

Explicación de la actividad



MATERIALES NECESARIOS:

- Enlace (https://europa.eu/learning-corner/quiz/life_en)
- Ordenador portátil o PC con acceso a Internet
- Proyector (preferiblemente)

Plan didáctico

ASIGNACIÓN DE TIEMPO	DESCRIPCIÓN
2'	1. El educador presentará el cuestionario de la UE llamado "¿Cómo es la UE relevante para su vida diaria?"
35'	2. Los aprendices decidirán juntos cuál de las respuestas es la correcta. Después de cada respuesta el educador discutirá con los alumnos sobre el tema de la pregunta y luego continuará con la siguiente pregunta. El test consiste en 12 preguntas de prueba.
8'	3. Discusión de grupo

Glosario

Grecia

DOY – El Servicio de Impuestos Internos

GEMI – Registro Comercial General

Referencias

Grecia

1. Bozos D. “IKE requirements”. Visited at: 13 March 2020. Published in Startyouurup:
<https://www.startyouup.gr/el/a/115-systash-ike-ola-osa-prepei-na-gnwrizete>
2. KEMEL. “What type of business is more appropriate for a new business”. Visited at 13 March 2020.
Available at: <https://www.kemel.gr/articles/poios-typos-epiheirisis-einai-katalliloteris-gia-ton-neo-epiheirimatia>
3. KEMEL. “Basix taxation for new entrepreneurs”
4. Scientific team of Taxheaven. January 2020. “How employees, freelancers and businesses will be taxed for 2019 – Tax scales and rates”. Available at: <https://www.taxheaven.gr/news/46149/pws-oa-forologhooy-n-oi-misowtoi-oi-eleyoeroi-epaggelmaties-kai-oi-epixeirhseis-gia-to-2019-klimakes-kai-syntelestes-forologias>
5. Farsarotas D. I. & Spatoulas Th. E. March 2015. “Starting your own business – All legal forms of Business in Greece”. Available at: <https://www.supportbusiness.gr/financial/companies-legalforms/118-ksekinwntas-th-dikh-sou-epixeirhsh-oles-oi-nomikes-morfes-epixeirhsewn>
6. Lizardos T. December 2011. “Legal framework and Taxation for O.E, E.E and E.P.E”. Kemel
7. Ontax.gr. “Business Establishment”. Visited at: 26 March 2020, Available on:
<https://www.ontax.gr/main/el/ergaleia/financial-resources/idrysh-epixeirhshs>
8. Tax Heaven. 10 October 2019. “Choosing the legal form of business”. Available at:
<https://www.taxheaven.gr/circulars/29581>

9. Log con. 16 April 2018. "Which business form should I choose?". Available at: shorturl.at/ciruR
10. Thanokosta V, et al. "Choosing a business type" Visited at: 26 March 2020. Available at: shorturl.at/ens13
11. Tercih Kitapevi Yayıncılık , Prof. Dr. Rıza AYHAN – Prof. Dr. Hayrettin ÇAĞLAR, Prof. Dr. Mehmet ÖZDAMAR , 2020/02,Şirketler Hukuku Genel Esaslar , <https://www.tercihkitapevi.com/sirketler-hukuku-genel-esaslar-ayhan-caglar-ozdamar-hayrettin-caglar-pmu24170>, Türkiye
12. Sektorum / Akıllı İşler Dergisi, Şavaş KONCA,08/09/2018, Şirket Türleri ve Sorumlulukları Nelerdir,<https://www.sektorumdergisi.com/sirket-turleri-sorumluluklari/> Türkiye
13. T.C. Cumhurbaşkanlığı Hukuk ve Mevzuat Genel Müdürlüğü ,04/02/2011, Türk Borçlar Kanunu ,<https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6098.pdf> ,Ankara ,Türkiye
14. Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı, 2019, Türk Ticaret Kanunu, https://ticaret.gov.tr/data/5d3e935313b87607d8feeffc/rehber_Tr.pdf, Ankara, Türkiye



Imagen de monsterstudio / freepik.com

Tiempo
estimado de
lectura
50-60 minutos

MODULO 3

HABILIDADES PARA EMPEZAR UN NEGOCIO EN LAS ZONAS RURALES

SOCIO: Ayuntamiento de Karaisalı

PROJECT 2018-2-TR01-KA205-060888
YOUTH ENTREPRENEURSHIP CURRICULUM

Propósito

El objetivo de este módulo es el análisis del concepto de zonas rurales y los problemas generales, la importancia de la motivación, el significado del pensamiento estratégico, los riesgos en todos los ámbitos de la vida, las etapas de la toma de decisiones y las cualidades de una buena decisión. Además, este módulo tiene por objeto abordar la información general sobre las aptitudes de comunicación y establecimiento de redes, las técnicas de persuasión, los tipos de flexibilidad y los niveles de competencia digital de los usuarios..

Resultados del Aprendizaje

En términos de **conocimiento**, el aprendiz sabrá:

- ✓ Los problemas de las zonas rurales.
- ✓ Pasos para la resolución de problemas.
- ✓ Técnicas de persuasión.

En términos de **habilidades**, el aprendiz entenderá:

- ✓ Habilidades de resolución de problemas.
- ✓ Capacidad de pensamiento.
- ✓ Habilidades para establecer contactos.

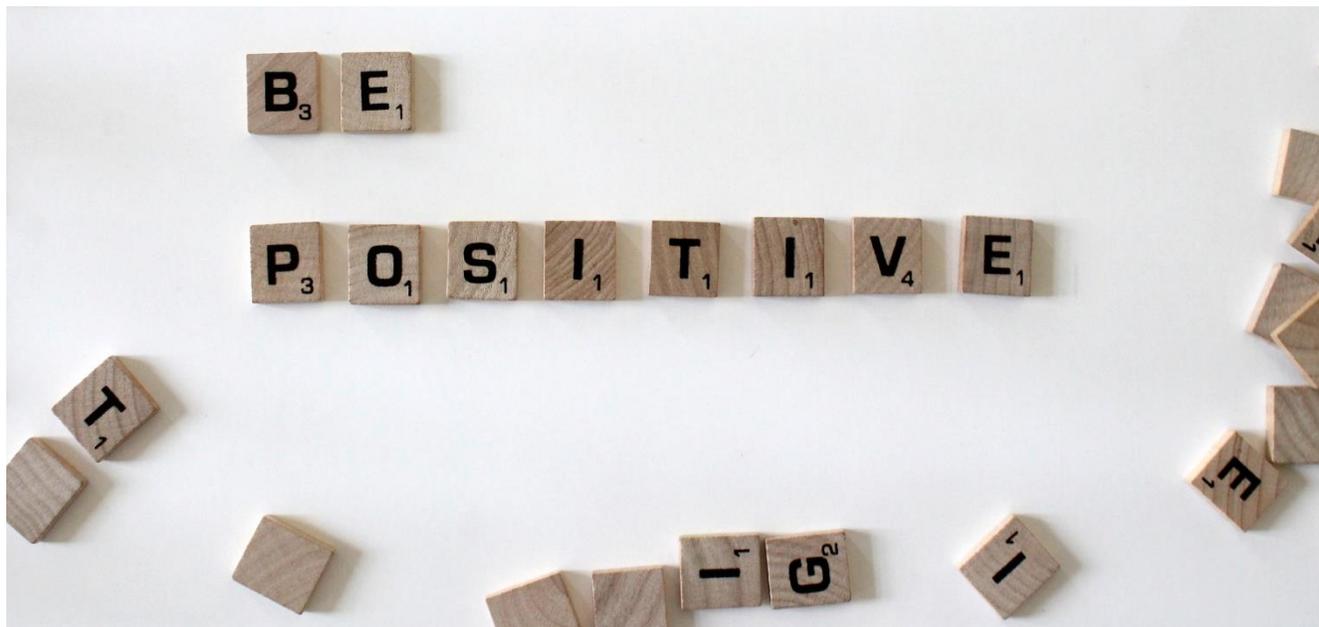
En términos de **competencias**, el aprendiz será capaz de:

- ✓ Las oportunidades y limitaciones locales se revelarán durante la fase de preparación del proyecto.
- ✓ Dar forma a su proyecto según las características y necesidades locales.
- ✓ Piensa estratégicamente y usa el tiempo de manera efectiva;

3.1 Motivación y mentalidad positiva

Motivación; Constituye la base de un comportamiento operacional que hace que la gente actúe, use su energía y aumente su poder existente con el entusiasmo que le dan. El tamaño de la motivación que las personas tienen durante la realización de estos procesos, es importante para utilizarlo como un método efectivo y exitoso. Cuanto más avanzada sea esta dimensión, más éxito se puede lograr. Desde este punto de vista, se entiende que los conceptos de éxito y motivación son directamente proporcionales. El criterio que determina el tamaño de la motivación de los individuos; también está relacionado con la profundidad del significado que dan al contenido cuando se enfrentan.

En cuanto a la motivación, que se divide en dos dimensiones como motivación interna y externa en general; la motivación interna propiamente dicha se considera la motivación principal. Porque el instinto de actuar dentro del individuo está asociado con la dimensión motivacional de la motivación. En este punto, se evita la interioridad del concepto de motivación ya que hay efectos externos en la motivación externa. Dado que el logro de un propósito u objetivo específico será alcanzado por el propio deseo del individuo, los comportamientos expresados por la motivación interna se exhibirán como resultado de este proceso. Como dijo Arquímedes: "Dame un apoyo suficientemente largo y sólido, déjame jugar al mundo solo". Desde este punto de vista, se enfatiza claramente cuáles son las características comunes de los individuos que tienen un alto nivel de motivación interna para lograr el éxito. Los individuos que quieren mejorar y progresar mediante el éxito en su carrera podrán alcanzar sus objetivos siempre que tengan motivación. Dado que la motivación puede verse afectada negativamente por el efecto de factores tanto internos como externos, el entrenamiento de la motivación de vez en cuando beneficiará tanto a nivel individual como organizativo..



3.2. El pensamiento estratégico

El concepto de la estrategia es fácil de entender pero difícil de definir. Estrategia significa literalmente referirse, dirigir, enviar, tomar y guiar. El concepto de estrategia fue primero y ampliamente utilizado en la remisión y administración militar. En este sentido, la estrategia se define como un plan de guerra general y se refiere a la planificación y administración de la guerra con objetivos específicos. En la literatura se afirma que la palabra estrategia procede del concepto de "Stratum", que significa camino, línea o cama en latín, y "Strategos", que significa jefe de la administración militar y civil en Ptolemaisos en el antiguo Egipto y Roma. La estrategia puede definirse como las formas y métodos que deben seguirse utilizando todas las herramientas humanas y no humanas para lograr un propósito u objetivo específico.

Otro punto de vista del concepto de estrategia es el siguiente. La estrategia es hacer la diferencia. Ofrecer diferentes beneficios al mismo cliente en comparación con los competidores. Para ello, cada institución debe revisar sus "diseños de trabajo". La calidad total es ya una necesidad para hoy. Pero no le da prioridad sobre la competencia. La calidad total es ahora la factura mínima para entrar en el mercado o permanecer en la industria. Ya sea la calidad total o la reestructuración, son todas las cosas que proporcionan eficiencia operativa dentro de la organización. La estrategia es un asunto de afuera y luego de adentro. La estrategia es ver las preferencias en las preferencias del cliente, observar los cambios en los hábitos de trabajo y ofrecer al cliente beneficios muy diferentes que los competidores no pueden ofrecer.

Por ello, hoy en día, donde se viven cambios rápidos en todos los ámbitos, la estrategia es; sobre todo, es una herramienta de gestión que asegura la innovación, el progreso y la adaptación de la institución o el estado al entorno de forma continua o para estar en armonía con el entorno y que controla los cambios que se producen.

QUÉ ES EL PENSAMIENTO ESTRATÉGICO?

- ✓ Para parecer global.
- ✓ Para crear una ventaja competitiva y un valor añadido.
- ✓ Es una visión a largo plazo.
- ✓ Para hacer lo que se dice y se piensa.
- ✓ Diseñar lo invisible y lo desconocido.
- ✓ Soñar.
- ✓ Es cometer errores.
- ✓ Para aprender continuamente.
- ✓ Ser considerado extraño.
- ✓ Arriesgarse a perder.
- ✓ Aprovechar las metáforas.
- ✓ Pensar a nivel de sistema.
- ✓ Crear y desarrollar entropía negativa.

3.3. Toma de riesgos y posibilidad de fracaso

El riesgo es algo a lo que todos tenemos que enfrentarnos, pero comprender su valor y su impacto en nuestras vidas no siempre es tan fácil.

Cuando se les pregunta a tus amigos en los medios sociales si es bueno correr riesgos, recibirás cientos de "Sí" como respuesta. Sin embargo, verás que el 100% no coincide con esta respuesta y no toman más riesgos de los que pueden tomar.

Tomemos, por ejemplo, un cliente que necesita una consultoría para hacer su propio negocio. Los asesores saben que las personas que han estado en la cima de su carrera por más de 20 años pueden tomar y arriesgar más fácilmente, pero aún así necesitan su consulta para deshacerse de su peso y escuchar la frase "¡Hagámoslo!"

Tomar riesgos es aterrador. Si eres una persona que ha trabajado codo con codo con tu jefe durante 10 años, cuando se trata de dar ideas, y si tu idea es opuesta a la de tu jefe, te convertirás en un niño pequeño que se avergüenza de cantar delante del público. Lo importante aquí es recordar que tú controlas los riesgos que tomas y que el kit de ayuda te guiará.

¿RECUERDAS CUANDO TUVISTE ÉXITO

Muchas personas dicen que sus miedos invalidan sus creencias sobre lo que pueden lograr. No es fácil pensar en algo diferente en esos momentos y esperar que suceda mágicamente.

Intenta mantener los hechos de tu lado. Aunque te hayas llenado la cabeza y el corazón de negatividad, ignorar el trabajo que has logrado hasta ahora no es controversial y no puedes ignorarlo..

SER CONSCIENTE DE SUS HABILIDADES

Cuando tomamos un riesgo como el ejemplo del jefe de arriba, necesitas saber lo que necesitas, es decir, tus habilidades para obtener los resultados que queremos.

SABER QUE COMETER UN ERROR ES ALGO BUENO

Las situaciones excepcionales no le impiden tener éxito. Hoy en día, ninguno de los grandes inventos fue impecable en el tiempo, y fue una gran oportunidad para aprender los errores. Los errores en el logro de buenos y malos resultados son grandes oportunidades para usted.



institute of
Entrepreneurship
Development



Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en el.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Erasmus+

Cuando todo esté listo, tendrás algunas pruebas. Incluso si has hecho tus investigaciones, eres responsable, estás concentrado y listo para actuar, a veces te será útil charlar con la persona adecuada.

Es posible que necesites el consejo de las personas con las que estás hablando. Es muy importante contar con las personas adecuadas que te den fuerzas, te desafíen y estén preparadas en todos los sentidos, en lugar de limitarse a escuchar la frase "lo estás haciendo muy bien".

Recuerda, antes de que un orador esté en el escenario o una persona se acerque a su gran tamaño, a menudo hay personas a su alrededor que actúan como un recordatorio de último minuto, alentando.

Finalmente, puede que te sientas mal incluso si has escuchado las frases correctas de las personas adecuadas.

A veces nuestras creencias culturales, nuestras emociones pueden entrar en tu mente, hacerte caer, puedes oír la frase "esto no se ha hecho antes" de otras personas de la misma industria, y puede descarrilar tus pensamientos y alejarte de aquello en lo que necesitas concentrarte.

Entonces, ¿cómo necesitas sentirte para obtener los resultados que quieres? Hace exactamente 200 años, si escuchabas que una persona podía volar en este planeta, lo más probable es que pusieran a la persona que lo dijo en prisión. Nuestras creencias cambian con el tiempo y la experiencia. Puede que seas tú quien cree los pensamientos y creencias del futuro.

Enfrenta tus miedos y toma riesgos. Ahora tienes una idea de cómo tomar riesgos calculados. Ahora es más fácil para ti tomar más oportunidades aceptándote a ti mismo como es. ¡Puedes hacerlo!

3.4. La toma de decisiones

Características de la actividad de toma de decisiones

1. DLA TOMA DE DECISIONES ES PREVISORA Y PREDICTIVA.

La decisión es una declaración de voluntad sobre un movimiento y un comportamiento orientado al future

2. LA TOMA DE DECISIONES TIENE DIFICULTADES PSICOLÓGICAS Y FINANCIERAS.

El proceso de decisión requiere un esfuerzo mental.

3. EL PROCESO DE DECISIÓN SE BASA EN LA EFICACIA Y LA RACIONALIDAD.

El hecho de que la decisión se base en la racionalidad significa que los costos que puedan surgir durante las fases de adopción de decisiones y de aplicación se mantienen al nivel previsto. Cada decisión cuesta. Este costo puede

ser material o psicológico. La persona que toma la decisión debe ser capaz de predecir este costo. El comportamiento racional es aceptar y predecir que cada decisión tiene un costo..

4. LA DECISIÓN ES UNA ESPECIE DE PLAN Y SE BASA EN PODER VER EL FUTURO.

Existe una estrecha similitud entre la decisión y el plan y el proceso de toma de decisiones y el proceso de planificación. La planificación es un proceso de toma de decisiones sobre qué objetivos se seguirán en el futuro y qué hacer para lograr este objetivo. La principal diferencia entre el plan y la decisión es que el plan es más detallado que la decisión. El plan es en realidad una suma de decisiones. En este sentido, todo plan tiene la naturaleza de una decisión, pero no toda decisión tiene necesariamente una característica de plan.

5. LA DECISIÓN REQUIERE UNA CIERTA LIBERTAD DE COMPORTAMIENTO Y AUTORIDAD.

La toma de decisiones es elegir el camino a seguir de entre las diversas opciones. Por lo tanto, debe haber al menos una libertad de comportamiento para hablar de la decisión.

6. LA DECISIÓN INCURRE EN GASTOS ALTERNATIVOS.

La mejor alternativa es la opción que mejor se ajusta a todos los objetivos y valores de la organización con el resultado esperado, utilizando los menos recursos..

7. EL PROCESO DE DECISIÓN ES UN PROCESO DE RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS.

El problema es la desviación en el nivel de rendimiento específico estándar o esperado. La resolución de problemas es el proceso de determinar las aplicaciones o respuestas apropiadas para solucionar un problema.

8. LA TOMA DE DECISIONES Y LA APLICACIÓN REQUIEREN UN PERÍODO DE TIEMPO.

Durante el período comprendido entre el comienzo de la fase de decisión y el final de la fase de aplicación, es imperativo que la decisión no muestre una variabilidad significativa en el elemento subjetivo de los motivos y el elemento objetivo, en lo que respecta a la idoneidad y la eficiencia de la decisión.

9. EL PROCESO DE LA DECISIÓN ES COSTOSO.

Los responsables de la adopción de decisiones necesitan información para lograr una decisión eficaz. Sin embargo, el proceso de recopilación de información es muy costoso e incierto, debido a que no está claro cuál es el mejor momento para terminar el proceso de recopilación de información.

Dado que la decisión es muy importante en la vida del individuo y de la comunidad, es de gran importancia evaluar la decisión en sí misma, para decidir si es buena o no. La decisión se toma para hacer un trabajo, para trabajar, para lograr un objetivo. Como la decisión se toma en base a esta razón, si es buena o no dependerá de la medida en que resuelva los problemas. Pero obtener los resultados reales aparecerá después de implementar la decisión. Además, a quién o qué beneficios sirve la decisión es un factor importante.

En su forma más corta, una buena decisión es la que lleva a la meta. Una decisión efectiva es la que produce una nueva situación, un resultado deseado, como resultado de su influencia. Los resultados indeseables pueden estar al final de la decisión. Es necesario considerar esto como el costo de una decisión. Es decir, es necesario medir la bondad de la decisión no sólo por el grado de exactitud, sino también por el grado de los costos totales impuestos, es decir, el grado de racionalidad.

La bondad de la decisión puede expresarse como la función de f (eficacia, eficiencia, aplicabilidad, oportunidad). Estas cuatro variables independientes pueden aumentar o disminuir la bondad de la decisión, que es la variable dependiente.

La decisión debe ser efectiva:

La decisión que se adopte debe ser de carácter vinculante (que resuelva) el evento (problema) en cuestión; el problema no debe volver una y otra vez a la persona que toma la decisión. Para que una decisión sea buena, primero debe ser efectiva. Esta decisión será efectiva en la medida en que elimine el problema que requiere la decisión. Por esta razón, los problemas a resolver como resultado de la aplicación de la decisión deben haber sido identificados correctamente.

La decisión debe ser productiva:

Significa "mantener el nivel previsto" de los costos que puedan surgir durante las fases de adopción de decisiones y de aplicación.

La decisión debe ser aplicable:

La aplicabilidad de las decisiones adoptadas también aumenta o disminuye la bondad (valor) de la decisión. Por lo tanto, el realismo y la idoneidad de las decisiones adoptadas aumentará la aceptabilidad de la decisión y, por consiguiente, su aplicabilidad.

La decisión debe ser tomada a tiempo:

Lo importante es que la decisión debe tomarse dentro del tiempo requerido, y no se retrasa excepto por razones obligatorias.



Imagen de viewapart / freepik.com

3.5. Habilidades de comunicación

Los individuos se comunican entre sí transfiriendo sus sentimientos, pensamientos e información de diversas maneras. En este proceso, en el que la comunicación se lleva a cabo utilizando órganos sensoriales, cada órgano sensorial actúa como un canal de comunicación.

Además, este proceso que utiliza canales visuales, auditivos, táctiles, olfativos o gustativos es un proceso versátil. La comunicación es una especie de intercambio de mensajes. Además del esfuerzo por transmitir con claridad lo que entendemos y lo que queremos decir al individuo que tenemos delante, es el arte de escuchar, percibir y comprender lo que la otra persona quiere decir. Con la realización de la comunicación, se establece un vínculo misterioso entre los individuos y se transmiten emociones y pensamientos.

Para que estos procesos alcancen los resultados deseados, el proceso de comunicación debe ser llevado a cabo con éxito y eficacia por los individuos. Para ello, la imagen, el lenguaje hablado, el lenguaje corporal, la empatía y la cantidad de información que se posee son importantes. Comunicación eficaz; Es la realización del efecto que se espera que ocurra entre los individuos que participan en el proceso. Así pues, el individuo en la posición de donante transmite el mensaje que desea transmitir al individuo en la posición de receptor de forma completa y

precisa. Esto puede lograrse a través de la transferencia y la escucha mutua de lo que se desea transmitir. El proceso de comunicación que se produce con la combinación de los procesos de transmisión y de escucha debe tener lugar siempre en dos direcciones. De lo contrario, la comunicación no puede tener lugar.

Además, como la estructura de los individuos tiende a explicar más que a escuchar, una de las partes permanece pasiva, evitando así la eficacia. A partir de aquí se puede ver lo importante que es ser un buen oyente en el proceso de comunicación efectiva.

Para que se lleve a cabo una comunicación eficaz, los individuos deben prestar atención:

- Ser honesto en el proceso de comunicación.
- En la medida de lo posible, no se debe incluir la palabra "no" en las frases establecidas.
- Se debe tratar a los demás con sinceridad y esto se debe sentir.
- Se debe actuar poniéndose en el lugar del oponente, es decir, empatizando y, cuando sea necesario, se deben utilizar expresiones como "me disculpo" y "gracias".
- Se debe dar el tiempo necesario a cada uno durante la comunicación
- Las personas deben demostrar que se valoran mutuamente dirigiéndose a sus nombres.
- Debe recordarse que muchas cosas pueden lograrse a través del amor y la comunicación.

El proceso de comunicación, que es importante en todos los ámbitos de la vida, es importante para que los individuos puedan vivir juntos. Teniendo en cuenta que la mayor parte del tiempo se pasa en el lugar de trabajo, se ve que la comunicación en el entorno empresarial también se refleja en los procesos de carrera de los individuos. Dado que una persona que no puede comunicarse adecuadamente no puede obtener apoyo desde una perspectiva organizacional, las personas deben prestar atención a mejorar en este sentido

3.6. Habilidades para establecer contactos

Red de contactos

Acciones tales como discutir asuntos de negocios, intercambiar información, unirse a asociaciones profesionales, ofrecerse como voluntario para tareas de organización y participar en eventos colectivos son ejemplos de comportamientos de redes. El propósito principal de la creación de redes es desarrollar relaciones, mantener las existentes y proporcionar apoyo en asuntos de negocios y carreras. El acceso a la información y los recursos a través de los miembros de la red establecida actúa como un medio para obtener beneficios. Las investigaciones han demostrado que el apoyo en cuestiones empresariales y profesionales puede ser proporcionado por muchos en una comunidad, abarcando las relaciones dentro y fuera de la organización. El comportamiento en la red es un esfuerzo por establecer y mantener relaciones para alcanzar los objetivos empresariales o profesionales mediante el acceso a los recursos. El comportamiento en la red se debe a la presencia de un entorno empresarial

más dinámico en el que las personas pueden tener que cambiar de posición, de talento, de organizaciones, de industrias o de países para mejorar sus carreras, se considera más importante que nunca.

El comportamiento de la red es un factor crítico para que los gerentes se den cuenta de sus estrategias. El comportamiento de interconexión incluye las acciones de los individuos sobre las relaciones establecidas y mantenidas para acceder a la información y los recursos con el fin de lograr el desarrollo de la carrera o los objetivos basados en el trabajo. Ejemplos de comportamiento en red son actividades como socializar con colegas, unirse a organizaciones profesionales y comunidades. Gracias a estas conductas de interconexión, las personas pueden guiar sus procesos de carrera con mayor facilidad. El comportamiento de interconexión se ha asociado con una serie de resultados positivos a nivel individual. Los investigadores afirmaron que las personas que tienen un comportamiento de establecimiento de contactos tienen más probabilidades de tener un salario más alto, mejores condiciones contractuales, satisfacción profesional y laboral, y más oportunidades de ascenso que las que no lo tienen. Además de facilitar el progreso en el proceso de la carrera, el comportamiento en red también proporciona beneficios subjetivos intangibles de la carrera. Las personas que ocupan un puesto más alto en una estructura organizativa y que llevan más tiempo en la misma organización tienen más probabilidades de adoptar un comportamiento de establecimiento de contactos. Además, entre los resultados de los estudios figura el hecho de que el individuo tiene una posición positiva en el comportamiento de establecimiento de contactos. Es previsible que los individuos que ocupan el puesto de dirección estén incluidos en las asociaciones empresariales, los sindicatos y las comunidades y tengan más conexiones. Ser supervisor, por ejemplo, está positivamente asociado con el comportamiento en las redes. Las conexiones de red externas de los altos ejecutivos son más altas que las de los gerentes de nivel medio e inferior. Por esta razón, se puede sugerir que las personas que tienen autoridad para tomar decisiones que pueden afectar a la existencia de la organización asumen más responsabilidad que los directivos de nivel medio e inferior en la organización de su interacción con el entorno de la organización.

La teoría del capital social sugiere que el rendimiento de la carrera de los individuos es el resultado de las diferencias en sus redes relacionales. Los individuos con redes relacionales ventajosas pueden alcanzar mayores niveles de éxito en su carrera, mientras que las redes relacionales menos ventajosas pueden conducir a menores niveles de éxito en la carrera. Las redes relacionales proporcionan una ventaja competitiva sobre los individuos que no tienen esas redes relacionales cuando ofrecen oportunidades para conectarse con personas de diferentes grupos que tienen diversos recursos e información. Las diferencias en las redes relacionales surgen de los tipos de relaciones que los individuos desarrollan y mantienen. Esas relaciones son los elementos básicos de las redes. Los individuos que participan en esas relaciones tienen acceso a información y recursos competitivos. Las diferencias en los procesos de carrera de los individuos con habilidades similares pueden ser el resultado de la cantidad de capital relacional que los individuos obtienen a través de esas relaciones.

A medida que las relaciones establecidas se desarrollan, cada vínculo sirve como una fuente abierta para el individuo. La confianza mutua, que se crea entre los miembros de la red y facilita la realización de las actividades,

constituye la base del capital relacional. Del desarrollo del capital relacional pueden derivarse beneficios como el acceso a la información y los recursos y el apoyo a la carrera profesional. Una vez establecidas las relaciones, pueden utilizarse para influir y/o dirigir a los individuos de la comunidad para que alcancen sus objetivos previstos. Por esta razón, a medida que la comunidad establecida crece, se proporciona más acceso a los recursos necesarios.

3.7. Gestión del tiempo

Tiempo; Puede definirse como un elemento medible en la vida humana. Es una parte a largo o corto plazo, imposible de repetir, con un principio y un fin determinado, y también expresa un concepto abstracto. El hecho de que sea un elemento no repetible muestra el grado de su importancia. Por lo tanto, el concepto de gestión del tiempo constituye uno de los conceptos relacionados con el propio individuo.

Hoy en día, la mayoría de los individuos tienen dificultades para encontrar tiempo suficiente. De hecho, el tiempo es un elemento constante y la cantidad de tiempo que tienen todos los individuos es la misma. En este punto, los conceptos de utilizar bien el tiempo y la gestión del tiempo pasan a primer plano. Los individuos que pueden utilizar bien su tiempo y administrarlo podrán alcanzar sus objetivos y propósitos actuando en una determinada disciplina.

En este proceso, que puede realizarse con una planificación correcta; se ve que el concepto de planificación está en el centro de la gestión del tiempo y es una función importante de la gestión. Los conceptos de objetivo y propósito tienen gran importancia en la gestión del tiempo. El logro de una meta o de un objetivo también es posible mediante una correcta planificación del tiempo. A menos que se haga y ejecute un plan, nunca es posible utilizar bien el tiempo.

Los siguientes pasos pueden planificarse y aplicarse para crear un plan de tiempo efectivo y eficiente:

- Se debe crear una lista de tareas pendientes en la que también se consideren e incluyan las estimaciones de tiempo.
- Cuando la energía individual es alta, se debe hacer un plan de tiempo en orden de importancia
- Al crear los planes, se debe tomar el tiempo necesario para las situaciones inesperadas.
- Durante la ejecución del plan preparado, se debe ahorrar tiempo haciendo que el tiempo se base en el contenido de las tareas.



- Se deben registrar los planes hechos durante el proceso y se deben ver más claramente los progresos realizados.
- - En cuanto a la motivación, las personas no deben dejar de felicitarse a sí mismas a medida que avanzan en el proceso.

Los individuos que pueden controlar eficazmente su tiempo están un paso por delante de todo. Los individuos que dedican su tiempo a mejorarse a sí mismos durante sus períodos de educación también se preparan para los procesos de carrera. Los individuos que se acostumbran a usar bien el tiempo podrán dar pasos seguros para ser un empleado exitoso aprovechando esto durante toda su vida..

3.8. Habilidades creativas

La creatividad se define como la aparición de pensamientos conceptualmente diferentes, inusuales, personales y radicales. La creatividad desempeña un papel importante para que los individuos puedan comprender e interpretar mejor la vida convirtiendo estos pensamientos en acción. Como resultado del establecimiento de una relación entre estos pensamientos por primera vez, se produce un proceso de pensamiento creativo. Sin embargo, se hace algún tipo de descubrimiento como resultado del uso de la imaginación al establecer una conexión entre los individuos y los hechos existentes. En este proceso, que se lleva a cabo actuando de forma diferente a la estructura de pensamiento, hay un estilo de pensamiento abierto. Así, es posible alcanzar nuevas ideas, varias opciones y diferentes resultados. El ritmo con el que se obtuvieron nuevas ideas y opciones, pero diferentes resultados, indica el grado de realización del proceso de pensamiento creativo.

La capacidad de pensamiento creativo es una habilidad que existe en cada individuo. Sin embargo, los individuos utilizan varias habilidades para utilizar esta capacidad y revelar la habilidad. Como ejemplo de ello;

- para no salir de ella adoptando un cierto estilo,
- Tener la idea de que sólo una es verdadera, sin considerar las diferentes opciones sobre una situación,
- evitando cuestionar lo que está disponible
- Miedo a parecer simple a los ojos de otras personas.

Sin embargo, como resultado de la superación de estos obstáculos, el pensamiento creativo puede ser realizado. El pensamiento creativo es un proceso que debe ser abordado individualmente. El punto a considerar al evaluar si una idea es creativa es; es si hay un nuevo pensamiento para el individuo que la piensa. No es importante si la misma idea es manejada por otra persona. Aunque se utilizan algunas técnicas en este proceso, la más preferida y más orientada a los resultados es el método de la lluvia de ideas. Otros métodos son; Es el método de secuenciación de la Sinéctica, rasgos característicos, técnica de unión, análisis morfológico, pensamiento horizontal y PO, método de lista de comprobación. Los individuos pueden tener la oportunidad de revelar todas las ideas, no importa cuán pálidas o absurdas parezcan en sus procesos de pensamiento creativo, con el apoyo de estos métodos.

3.9. Habilidades de persuasión e influencia



image from pressfoto / freepik.com

Técnicas básicas de persuasión

1. PRIMERO LA PEQUEÑA, LUEGO LA GRAN TÉCNICA DE SOLICITUD

Fue traída a la literatura por Freedman y Fraser; es una técnica que está sujeta a muchas investigaciones. La técnica se llama "pie en la puerta" en inglés y "técnica de efecto graduado" en turco. Es muy probable que sea aceptada por el público objetivo, que se considera primero una demanda pequeña. Luego, al hacer grandes demandas paso a paso, la masa del recurso progresa. La técnica se denomina también "técnica de pie a puerta". El punto que es importante en la primera técnica de pequeña y luego de gran demanda; para asegurar que el individuo sea consistente en su comportamiento. Los elementos importantes para la técnica son el compromiso, la expectativa de consistencia y la autopercepción. Según la técnica, el primer comportamiento de aceptación es

crear la percepción de compromiso en el individuo, el individuo actúa con sentido de responsabilidad y tiende a aceptar peticiones sucesivas..

2. PRIMERO LA TÉCNICA DE SOLICITUD GRANDE Y LUEGO LA PEQUEÑA

La técnica se conoce como "puerta en la cara" en inglés. De acuerdo con la técnica, en primer lugar, se pide una gran petición al individuo. Cuando la petición no es aceptada por el individuo, se hace una petición menor al individuo para aumentar la probabilidad de aceptación de la petición. Primera etapa; la petición del individuo es agresiva, opresiva e imponente. Como ejemplo de esta técnica; En la venta de coches de segunda mano, se muestran los diálogos entre el cliente y el vendedor. La esencia del método es la idea de que "Cuando se reduce la petición, la persona que está delante de usted debe entender su voluntad de compromiso". Es importante que pase poco tiempo o no haya retrasos entre las dos solicitudes para asegurar que la técnica sea exitosa.

3. TÉCNICA DE AUMENTO DE SOLICITUDES.

En inglés, la técnica se denomina "low-ball technique". En primer lugar, se hacen sugerencias al público objetivo con alto potencial para ser aceptadas por el vendedor. Luego, las sugerencias se amplían hasta llegar al punto de recibir un "sí" del cliente. Se ve que esta técnica conlleva elementos similares con la técnica de la pequeña y primera gran solicitud. El punto de la técnica, que difiere del método, es que la condición de que el segundo pedido después del primero pequeño, sea grande y no se busque.

4. NO SÓLO ESA TÉCNICA

Se expresa como "eso no es todo" en inglés y "técnica de endulzamiento de la venta" en turco. La demanda aumenta o disminuye de nivel antes de que se declare si el público destinatario acepta la petición. El descuento del 10% del vendedor en la etapa de compra del producto en la tienda y el obsequio de otro producto, muestra que la técnica es también una técnica ampliamente utilizada en el campo de la comercialización. Se ha observado que el principio de "reciprocidad" con la técnica de pedidos pequeños y grandes tiene características similares. La diferencia entre los dos métodos es que la segunda solicitud se dirige al cliente inmediatamente, sin esperar una respuesta del público destinatario. El punto importante de la técnica es que la primera solicitud debe ser una solicitud aceptable para el cliente. De lo contrario, la presentación atractiva de la presentación suplementaria no tiene importancia.

5. TÉCNICA DEL SÍ-SÍ

La técnica se incluye en inglés con la expresión "yes-yes technique". La esencia de este método es la tendencia a obtener la respuesta "sí" del público objetivo. Se desea crear un bucle en el que el recurso siempre obtendrá la respuesta "sí" con las preguntas que ha formulado. El recurso deja la pregunta más importante para el final, y por lo tanto quiere aumentar la probabilidad de obtener la respuesta "sí". Se afirma que el estado de aprobación constante es una situación que hace que la persona se persuada a sí misma. Es una técnica muy utilizada en la

comercialización. Como ejemplo de la aplicación de esta técnica se muestran las técnicas utilizadas por el representante de ventas al tratar de vender tarjetas de crédito a particulares. Así, gracias a esta situación, se desea crear la infraestructura necesaria para que el representante de ventas reciba la respuesta afirmativa.

6. NO ME PREGUNTO, QUÉ TÉCNICA

Esta técnica se conoce en inglés con el nombre de "no preguntes si, pregunta qué técnica". Según esta técnica, no se pide al público destinatario que comprenda si hay necesidad de algún producto en la primera etapa, sino que las opciones son ofrecidas por el vendedor con tendencia a actuar, y se espera que el cliente destinatario elija una alternativa entre las opciones ofrecidas. Por ejemplo, el cliente puede visitar la tienda con la idea de comprar un suéter y comprar pantalones junto al suéter. En lugar de ofrecer demasiadas opciones al público destinatario, el vendedor quiere reducir la respuesta ofreciendo dos o menos opciones.

7. TÉCNICA DE RESPONDER A UNA PREGUNTA CON UNA PREGUNTA

En inglés, la técnica se llama "ask question with question". El método obliga al vendedor a responder al público objetivo, es decir, a los clientes, y esto tiene como objetivo ahorrar tiempo en términos de recursos. "¿Qué opina de esto?", "No entiendo, ¿quiere repetirlo? La idea de lanzar la pelota al otro lado haciendo preguntas como "es la forma de pensar dominante en la técnica". El vendedor no siempre puede realizar con éxito la acción de persuasión durante el proceso de venta personal. Cuando el acto de persuasión no tiene lugar con éxito durante el proceso, el proceso se interrumpe después de un cierto período de tiempo. La técnica de responder a la pregunta con una pregunta es un método eficaz en la etapa en que se interrumpe el proceso de persuasión. Esta técnica tiene por objeto responder a la base de clientes objetivo, es decir, defenderla.

8. TÉCNICA DE COLOCACIÓN

En inglés, esta técnica también se conoce como "planting technique". La técnica de colocación es una de las técnicas preferidas en los anuncios. La técnica quiere revivir el producto en la mente del público objetivo, es decir, los clientes, con el objetivo de dirigirse a los órganos de los sentidos. Expresiones como "tomate carmesí", "sopa caliente", que se encuentran entre las expresiones de los anuncios de alimentos, sirven para este propósito. Se pide que el producto sea recordado al cliente gracias a las calificaciones hechas con respecto al producto a través de la connotación.

9. PONER EN PRÁCTICA LA TÉCNICA DE PROFUNDIDAD

La técnica de inserción de deuda tiene como objetivo asegurar que el cliente no deje el favor del vendedor haciendo el cliente incondicionalmente. Esta técnica que subyace en el comportamiento del vendedor para mostrar el modelo de suéter que más nos conviene es eliminando uno a uno todos los modelos de las diferentes marcas. Se sabe que el principio de "reciprocidad" es un elemento principal importante en esta técnica. En el núcleo del principio de reciprocidad. está la idea de pedir al cliente que se sienta independiente del vendedor

como resultado del esfuerzo del vendedor de hacer mucha presentación del producto al cliente y de hacer esfuerzos.

10. PRIMERO LA TÉCNICA DE DAR Y LUEGO LA DE RETIRAR

Se expresa en inglés como "throw a ball technique". Según la técnica, en primer lugar, se ofrecen condiciones atractivas a los clientes. Gracias a estas condiciones presentadas, se desea crear una perspectiva positiva del producto objetivo para los clientes. El ejemplo dado para el método se muestra como las campañas "take three pay one" que se utilizan frecuentemente en la comercialización.

11. REPETICIÓN DEL MENSAJE

El éxito de la acción de persuasión depende de la repetición del mensaje hasta que alcance su propósito. Hay dos ventajas importantes de la repetición del mensaje. La primera ventaja; Gracias al estímulo repetido, es fácil centrarse en el individuo ya que la atención no se dirige en otra dirección. La segunda ventaja es que el estímulo que se encuentra en el área de atención del individuo es más sensible al estado de recurrencia.

12. EL ATRACTIVO DEL MIEDO

Con el elemento de atracción del miedo, se desea que los vendedores cambien las actitudes y comportamientos del individuo en la dirección deseada. Al tratar de persuadir a los individuos sobre cualquier tema, los daños que pueden surgir como resultado de que el individuo realice ese comportamiento se expresan a través de este método. La expresión de los daños que pueden ocurrir repetidamente se muestra como un ejemplo del elemento de atracción.

13. TÉCNICA DE ESTRECHEZ-ESCASEZ

En inglés, se llama "técnica de escasez". Según la técnica de la escasez, pocos recursos crean en el cliente una percepción competitiva de la propiedad de un producto. Como ejemplo del área de aplicación de la técnica; se vende un número limitado de productos en las tiendas. Las personas tienden a comprar más contra menos productos. La frase "número limitado restante" lleva al cliente a comprar productos..

14. TÉCNICA DE SOLICITUD INUSUAL

La palabra inglesa se explica como "la técnica del pique". Los individuos a veces tienden a rechazar las peticiones que les llegan sin pensar. Como ejemplo del área de aplicación del método; En muchas ciudades, a los mendigos se les da el ejemplo de pedir dinero a los peatones. La mayoría de los peatones ignoran esta petición y giran la cabeza en otra dirección. Si el mendigo quiere tener éxito, debe tratar de atraer la atención del peatón. Hay otros estudios relacionados con el método. Otros estudios están relacionados con las estudiantes femeninas que estudian en la universidad. Las colegialas se acercan a los peatones como mendigos y como una petición clásica, hacen la pregunta, "¿Tienes una moneda?" Sin embargo, las estudiantes femeninas no pueden atraer la atención

de los peatones y en este caso, las estudiantes femeninas fracasan. Entonces, la pregunta "¿Es posible dar 20 centavos?" Está dirigido a los peatones por estudiantes femeninas, y se ve que la tasa de los que dan dinero a las chicas es más alta que la tasa de los que dan dinero en el método clásico. Como resultado de la investigación, se vio que la solicitud extraordinaria evitó la tendencia de rechazo del objetivo.

15. PORQUE EL MÉTODO DE ATAJO

La idea principal del método es que si los vendedores realizan el proceso de venta y se da a los clientes una razón para consentir la compra del producto, dicha acción aumenta la probabilidad de que se produzca. La palabra "porque" es la palabra que forma la esencia de esta técnica.

16. MÉTODO ABREVIADO DE PRECIO Y CALIDAD

Los clientes toman la decisión de comprar los productos basados en la idea de que trae un alto precio y calidad. Se observa que el método de estimación de la relación calidad-precio es utilizado por los vendedores en los casos en que es difícil para los clientes decidir si comprar o no el producto durante el proceso de venta.

17. LA TÉCNICA DE UN CENTAVO

La técnica del centavo forma parte de nuestra vida como un método ampliamente utilizado por las organizaciones de telemarketing. Como ejemplo de la técnica del centavo, se venden 1 millón de tiendas (1 TL), la mayoría de las cuales venden productos chinos.

18. PRINCIPIO DE AUTORIDAD

Las autoridades y los títulos (médicos de bata blanca, hombres de negocios, empleados de bancos, profesores universitarios) y los artículos caros (diamantes Zen) se muestran como factores que afectan a las personas dando la imagen de estatus.

3.10. Solución de problemas

La gente de todo el mundo se enfrenta a varios problemas y busca formas de resolverlos. Varios factores que afectan a las formas de resolver los problemas afectan a los humanos; Al principio de éstos, el tiempo, el factor ambiental y el hecho de que la gente esté en diferentes edades hizo que la gente encontrara diferentes soluciones a los problemas en muchos temas como su género, profesión, diversas opiniones y creencias. Los científicos sociales consideran el concepto de resolución de problemas dentro del concepto de cultura y lo ven como una forma de resolver los problemas sociales. Los psicólogos, por otra parte, hicieron investigaciones concretas y explicaron los métodos de resolución de problemas utilizando investigaciones concretas.

Técnicas de resolución de problemas

A continuación, sólo se hace la clasificación sin entrar en las técnicas de resolución de problemas.

Técnicas de generación de ideas

1. Técnica de la lluvia de ideas
2. Seis sombreros para pensar
3. Análisis del campo de potencia
4. Grupos de discusión
5. Entrevista

Técnicas de desarrollo continuo

1. Ciclo de PYSU (PDCA) (Planificar-Hacer-Verificar-Actuar)
2. Técnica 5N y 1K

Técnicas de análisis de problemas

1. Diagrama de flujo
2. Espina de pescado
3. Análisis de Pareto
4. Análisis de decisiones
5. Diagrama de interés
6. Documentos electorales
7. Análisis de la fuerza y del campo de fuerza

Sugerencias / Causas Técnicas de priorización

1. Diagrama de relación
2. Matriz de Prioridades / Análisis de Efectividad (Diagrama de la Matriz)

Técnicas de toma de decisiones

1. Técnica de grupo nominal
2. Técnica de votación múltiple
3. Benchmarking

Técnicas de recopilación, análisis y evaluación de datos

1. Diagramas de Pareto
2. Encuesta
3. Trabajo en equipo
4. Análisis SWOT (SWOT)
5. Diagrama de similitud
6. Diagrama de interés
7. Gráfico de control
8. Histograma
9. Diagrama de aspersion
10. Programa de la moción
11. Gráficos de control



image from Andrew Neel / unsplash.com

3.11. Flexibilidad

Con el efecto de la crisis del petróleo en 1973, la economía experimentó cambios negativos en los años siguientes. Como resultado, la competencia internacional ha aumentado, el concepto de flexibilidad y los tipos de trabajo flexible han entrado en la vida laboral. De hecho, la flexibilización en el derecho laboral ha estado involucrada en la vida laboral desde el "trabajo por turnos". Sin embargo, el concepto de flexibilidad se utilizó por primera vez en Alemania en 1967. Debido a la congestión del tráfico en ese momento, se llevaron a cabo dos prácticas básicas de trabajo flexible basado en el tiempo para resolver el problema de la llegada tardía de los empleados. Los cambios negativos en la economía, el aumento de la competencia internacional, el uso de tecnología cambiante y creciente, la disminución de la demanda en la fuerza de trabajo, el aumento de la flexibilidad en el mercado laboral cambiante y las políticas de fuerza de trabajo se mostraron como las razones de la flexibilidad en la vida laboral.

La flexibilidad se ha vuelto inevitable, a medida que la tecnología emergente descubre nuevas formas de trabajo. Los lugares de trabajo que adoptan estilos de trabajo flexibles, evitados por los sindicatos, esperan que sus empleados desarrollen una actitud lista para el cambio y alejada de la estructura serial y formal.

La flexibilidad es una transformación en las relaciones empleado-empendedor y en el mercado laboral, provocada por las condiciones de trabajo del siglo XX y cada vez más ramificadas. Hoy en día, las diferentes condiciones también reciben el apoyo de los trabajadores y los empleadores. Por lo tanto, es importante entender el concepto de flexibilidad para comprender los mercados de trabajo y las relaciones de la industria de hoy en día.

El concepto de flexibilidad también tiene aspectos controvertidos; mientras que algunos investigadores hablan de prácticas de flexibilidad que aumentan el empleo, otros sostienen que es una clave del capitalismo que perjudica los derechos de las organizaciones laborales y tiende a volverse irregular.

Tipos de flexibilidad

La flexibilidad es un concepto multidimensional que revela la compleja estructura de la vida laboral actual. Cuando miramos los modelos, hay muchas diferencias en la aplicación. Mientras que el concepto de negocio, que es trabajar a tiempo completo, con garantía de empleo, contratos de duración indefinida hasta mediados de los años 70, es dominante, los modelos de trabajo actuales se han vuelto más complejos que el estándar. Esto ha sido la causa y el resultado de los tipos de flexibilidad.

Flexibilidad digital

La flexibilidad numérica es un tipo que libera a las empresas en la cantidad de mano de obra. Para el empleador, proporciona libertad para aumentar la capacidad de adaptación a las condiciones cambiantes. Sin embargo, esta es una libertad que tiene límites. En cuanto a los trabajadores, si las leyes se regulan para garantizar la protección de los trabajadores, estas restricciones significan seguridad en el trabajo y son más comunes en países como los EE.UU. y Japón. Existen medidas para evitar que los trabajadores sean despedidos injustamente: pago de indemnizaciones, etc. En la flexibilidad numérica, los conceptos de trabajo "básico" y "ambiental" se utilizan ampliamente. En este caso, la mano de obra básica representa a los empleados a tiempo completo y a los trabajadores con seguridad de empleo, mientras que la mano de obra medioambiental representa a los trabajadores con salarios bajos y sin seguridad de empleo, que se requiere cuando es necesario. La mano de obra ambiental es el segmento en el que se utiliza la flexibilidad numérica. Refleja la forma atípica de empleo.

El estilo de trabajo no estándar que promueve el uso de mano de obra temporal es una de las características más importantes de la flexibilidad numérica. Mientras se da el trabajo a los subcontratistas, se asegura la explotación de la mano de obra, mientras que un segmento asalariado que se valora constituye el empleo principal. De esta manera, será más fácil adaptar la estructura del empleo y el trabajo a las condiciones cambiantes. La ventaja de los costos y los bajos salarios proporcionados de esta manera atraen a las empresas. Además, el control de los trabajadores temporales se hace más fácil para los empleadores. La flexibilidad numérica también se asocia con el desplazamiento de la producción. La realización de trabajos en el extranjero se ha convertido en una tendencia mundial. El hecho de haber subcontratado la producción en el extranjero mediante el transporte marítimo se ha generalizado a nivel mundial y, por lo tanto, la inseguridad del empleo se ha convertido en un objetivo de las empresas.

Los contratos de cero horas, los permisos gratuitos son otras aplicaciones que permiten la flexibilidad numérica. El creciente uso de aprendices después de las crisis económicas también surge como aplicaciones que profundizan la vida laboral precaria bajo la óptica de la flexibilidad digital.

Flexibilidad funcional

La flexibilidad funcional es el comportamiento funcional de los empleados en su capacidad de hacer negocios. Según el modelo de Atkinson, este tipo de flexibilidad es más funcional en el núcleo de la fuerza de trabajo. La flexibilidad funcional, que proporciona una ventaja de la flexibilidad numérica como un plus a la flexibilidad numérica, obliga a los trabajadores a estar equipados y capacitados en condiciones cada vez más competitivas. Se sugiere que los empleadores expongan a los empleados a un trabajo concentrado debido a que los empleadores no dan demasiado tiempo a los trabajadores. El objetivo es hacer el uso más eficiente de la fuerza de trabajo. Así, el trabajo actual se mantiene sin necesidad de nuevos trabajadores. Refleja la fuerza de la fuerza de trabajo central. En estos grupos donde los grupos altamente calificados y cooperativos cambian y se desplazan reemplazándose unos a otros, la multifuncionalidad es esencial, en la práctica, ha existido durante mucho tiempo en Japón. También se aplica en los países de la Unión Europea mediante métodos de recursos humanos como el trabajo en equipo y los círculos de calidad. El método funcional que las empresas utilizan para reemplazar rápidamente la división del trabajo y para cambiar a los trabajadores entre trabajos adecuados se llama flexibilidad funcional. La competencia y la tecnología obligan a las empresas a hacerlo. En cuanto a los trabajadores, los riesgos que comienzan con la flexibilidad numérica llegan a dimensiones con diferentes riesgos con la flexibilidad funcional.

Elasticidad salarial

La flexibilidad salarial es que las empresas pueden ajustar su estructura salarial ante las condiciones cambiantes del mercado. Las empresas siguen el camino para aumentar la productividad del empleado con el fin de aumentar su productividad, y utilizan sistemas de recompensa que apoyan las habilidades y el éxito de sus empleados, incluso si no hay un aumento notable en los salarios dados. En resumen, en lugar de un salario estandarizado, la aplicación de un salario individualizado pasa a primer plano. La flexibilidad salarial es la reestructuración de los ingresos sociales que se desarrolla en contra del empleado a favor del empleador.

Flexibilidad en los tiempos de trabajo

La flexibilidad en los horarios de trabajo y la posibilidad de ir más allá de los horarios de trabajo estándar es a menudo posible según la elección tanto del trabajador como del empleador. Cuando se deja a la preferencia de los empleados, se aplica ampliamente en los países desarrollados con la ventaja del equilibrio entre la vida laboral y la vida privada.

La flexibilidad del horario de trabajo es otra forma de aumentar la competitividad de las empresas, para tratar de obtener más beneficios. Los empleadores tratan de aumentar la productividad reduciendo los costos de la mano de obra. La flexibilidad del horario de trabajo generalizada en el sector de los servicios aumenta personalmente el uso de los trabajadores en este campo, que se basa en las personas. En un mundo globalizado,

estos sectores obligan a los trabajadores a trabajar fuera de los horarios estándar. Los horarios de trabajo extendidos han revelado formas de empleo no estándar. Estas:

El horario flexible es la capacidad del trabajador de trabajar entre horas del día.

Las horas extraordinarias son el trabajo que se hace más que el horario normal de trabajo por preferencia o por imposición del empleador.

Horas comprimidas: Es la compresión del tiempo de trabajo normal del trabajador en ciertos períodos semanales, en horas más largas.

Contrato de tiempo de trabajo cero (contacto de cero horas): Es una forma de trabajo en trabajos de corta duración donde no existe un contrato mutuo.

Sentado en caliente (hot desking): Es la división de las áreas personales en la oficina con la difusión del trabajo en casa.

Trabajadores temporales: trabajadores indefinidos utilizados en trabajos de corta duración.

Empleados irregulares (ocasionales): empleados que son recibidos cuando se les necesita, como los trabajadores temporales.

Empleados permanentes: aquellos que se planea emplear todo el año.

Trabajadores a domicilio: aquellos que trabajan para los empleadores en sus propios hogares.

Trabajadores a tiempo parcial: menos de 30 horas a la semana

El estiramiento de los tiempos de trabajo puede ser positivo o negativo. Lo que distingue aquí es que el empleado facilita el equilibrio entre el trabajo y la vida privada o sólo satisface los intereses del empleador. Si bien la flexibilidad de los horarios de trabajo es particularmente favorable a la familia, es una flexibilidad favorable a la familia con la capacidad de diseñar el tiempo que las mujeres dedicarán a su participación en la vida empresarial. Se examina en qué medida estas formas de empleo atípico pueden ser favorables o positivas para la familia con prácticas que las clasifican como empleados, limitan la seguridad del empleo, limitan las prestaciones sociales y reducen las oportunidades de carrera.

3.12. Habilidades digitales

1. Procesamiento de datos

USUARIO BÁSICO

Puedo buscar información en línea usando un motor de búsqueda. Sé que no toda la información en línea es confiable. Puedo guardar o almacenar archivos o contenidos (por ejemplo, texto, imágenes, música, vídeos, páginas web) y recuperarlos una vez guardados o almacenados.

USUARIO INDEPENDIENTE

Puedo usar diferentes motores de búsqueda para encontrar información. Utilizo algunos filtros cuando busco (por ejemplo, buscar sólo imágenes, vídeos, mapas). Comparo diferentes fuentes para evaluar la fiabilidad de la información que encuentro. Clasifico la información de forma metódica utilizando archivos y carpetas para localizarlos más fácilmente. Hago copias de seguridad de la información o de los archivos que he almacenado.

USUARIO EXPERTO

Puedo usar estrategias de búsqueda avanzada (por ejemplo, usando operadores de búsqueda) para encontrar información fiable en Internet. Puedo usar fuentes web (como RSS) para estar actualizado con el contenido que me interesa. Puedo evaluar la validez y la credibilidad de la información utilizando una serie de criterios. Soy consciente de los nuevos avances en la búsqueda, almacenamiento y recuperación de información. I puede guardar la información que se encuentra en Internet en diferentes formatos. Puedo utilizar los servicios de almacenamiento de información en la nube.

2. Creación de contenidos

USUARIO BÁSICO

Puedo producir contenido digital simple (por ejemplo, texto, tablas, imágenes, archivos de audio) en al menos un formato utilizando herramientas digitales. Puedo hacer edición básica a contenidos producidos por otros. Sé que el contenido puede estar cubierto por derechos de autor. Puedo aplicar y modificar funciones y configuraciones simples de software y aplicaciones que utilizo (por ejemplo, cambiar las configuraciones predeterminadas).

USUARIO INDEPENDIENTE

Puedo producir contenidos digitales complejos en diferentes formatos (por ejemplo, texto, tablas, imágenes, archivos de audio). Puedo utilizar herramientas/editores para crear páginas web o blogs utilizando plantillas (por

ejemplo, WordPress). Puedo aplicar un formato básico (por ejemplo, insertar notas a pie de página, gráficos, tablas) al contenido que yo u otros hemos producido. Sé cómo hacer referencia y reutilizar el contenido cubierto por los derechos de autor. Conozco los fundamentos de un lenguaje de programación.

USUARIO EXPERTO

Puedo producir o modificar contenidos multimedia complejos en diferentes formatos, utilizando una variedad de plataformas, herramientas y entornos digitales. Puedo crear un sitio web usando un lenguaje de programación. Puedo utilizar funciones de formato avanzadas de diferentes herramientas (por ejemplo, combinación de correspondencia, fusión de documentos de diferentes formatos, utilización de fórmulas avanzadas, macros). Sé cómo aplicar las licencias y los derechos de autor. Puedo utilizar varios lenguajes de programación. Sé diseñar, crear y modificar bases de datos con una herramienta informática.

3. Comunicación

USUARIO BÁSICO

Puedo comunicarme con otros usando el teléfono móvil, Voz sobre IP (por ejemplo, Skype), correo electrónico o chat - usando características básicas (por ejemplo, mensajes de voz, SMS, enviar y recibir correos electrónicos, intercambio de texto). Puedo compartir archivos y contenidos utilizando herramientas sencillas. Sé que puedo utilizar las tecnologías digitales para interactuar con servicios (como gobiernos, bancos, hospitales). Conozco los sitios de redes sociales y las herramientas de colaboración en línea. Soy consciente de que cuando utilizo herramientas digitales, se aplican ciertas normas de comunicación (por ejemplo, al comentar, compartir información personal).

USUARIO INDEPENDIENTE

Puedo usar las características avanzadas de varias herramientas de comunicación (por ejemplo, usar la Voz sobre IP y compartir archivos). Puedo utilizar herramientas de colaboración y contribuir, por ejemplo, a compartir documentos/archivos que alguien más ha creado. Puedo utilizar algunas características de los servicios en línea (por ejemplo, servicios públicos, banca electrónica, compras en línea). Puedo transmitir o compartir conocimientos con otros en línea (por ejemplo, a través de herramientas de redes sociales o en comunidades en línea). Conozco y utilizo las normas de comunicación en línea ("netiquette").

USUARIO EXPERTO

Utilizo activamente una amplia gama de herramientas de comunicación (correo electrónico, chat, SMS, mensajería instantánea, blogs, micro-blogs, redes sociales) para la comunicación en línea. Puedo crear y gestionar contenidos con herramientas de colaboración (por ejemplo, calendarios electrónicos, sistemas de gestión de proyectos, pruebas en línea, hojas de cálculo en línea). Participo activamente en espacios en línea y

utilizo varios servicios en línea (por ejemplo, servicios públicos, banca electrónica, compras en línea). Puedo utilizar las características avanzadas de los instrumentos de comunicación (por ejemplo, videoconferencias, intercambio de datos, intercambio de aplicaciones).

4. Solución de problemas

USUARIO BÁSICO

Puedo encontrar apoyo y asistencia cuando se produce un problema técnico o cuando se utiliza un nuevo dispositivo, programa o aplicación. Sé cómo resolver algunos problemas de rutina (por ejemplo, cerrar el programa, reiniciar el ordenador, reinstalar/actualizar el programa, comprobar la conexión a Internet). Sé que las herramientas digitales pueden ayudarme a resolver problemas. También soy consciente de que tienen sus limitaciones. Cuando me enfrento a un problema tecnológico o no tecnológico, puedo usar las herramientas digitales que conozco para resolverlo. Soy consciente de que necesito actualizar mis conocimientos digitales regularmente.

USUARIO INDEPENDIENTE

Puedo resolver la mayoría de los problemas más frecuentes que surgen al usar tecnologías digitales. Puedo utilizar las tecnologías digitales para resolver problemas (no técnicos). Puedo seleccionar una herramienta digital que se adapte a mis necesidades y evaluar su eficacia. Puedo resolver problemas tecnológicos explorando los ajustes y las opciones de los programas o herramientas. Actualizo regularmente mis conocimientos digitales. Soy consciente de mis límites y trato de llenar mis lagunas.

USUARIO EXPERTO

Puedo resolver casi todos los problemas que surgen al usar la tecnología digital. Puedo elegir la herramienta, el dispositivo, la aplicación, el software o el servicio adecuados para resolver problemas (no técnicos). Soy consciente de los nuevos desarrollos tecnológicos. Comprendo cómo funcionan las nuevas herramientas. Con frecuencia actualizo mis conocimientos digitales.

5. Seguridad

USUARIO BÁSICO

Puedo tomar las medidas básicas para proteger mis dispositivos (por ejemplo, usando anti-virus y contraseñas). Sé que no toda la información en línea es confiable. Soy consciente de que mis credenciales (nombre de usuario y contraseña) pueden ser robadas. Sé que no debo revelar información privada en línea. Sé que el uso de la

tecnología digital de forma demasiado extensa puede afectar a mi salud. Tomo medidas básicas para ahorrar energía.

USUARIO INDEPENDIENTE

He instalado programas de seguridad en el dispositivo o dispositivos que utilizo para acceder a Internet (por ejemplo, antivirus, cortafuegos). Utilizo estos programas regularmente y los actualizo con regularidad. Utilizo diferentes contraseñas para acceder a los equipos, dispositivos y servicios digitales y las modifico periódicamente. Puedo identificar los sitios web o los mensajes de correo electrónico que podrían ser utilizados para estafar. Puedo identificar un correo electrónico de phishing. Puedo configurar mi identidad digital en línea y realizar un seguimiento de mi huella digital. Comprendo los riesgos para la salud asociados con el uso de la tecnología digital (por ejemplo, ergonomía, riesgo de adicción). Comprendo el impacto positivo y negativo de la tecnología en el medio ambiente.

USUARIO EXPERTO

Con frecuencia compruebo la configuración y los sistemas de seguridad de mis dispositivos y/o de las aplicaciones que utilizo. Sé cómo reaccionar si mi ordenador está infectado por un virus. Puedo configurar o modificar el cortafuegos y la configuración de seguridad de mis dispositivos digitales. Sé cómo cifrar correos electrónicos o archivos. Puedo aplicar filtros a los correos electrónicos de spam. Para evitar problemas de salud (físicos y psicológicos), hago un uso razonable de la tecnología de la información y la comunicación. Tengo una postura informada sobre el impacto de las tecnologías digitales en la vida cotidiana, el consumo en línea y el medio ambiente..

Prueba rápida de conocimientos 3

Las pruebas de conocimiento, ayudarán a los alumnos a refrescar rápidamente lo que han aprendido en este módulo.

PREGUNTA 1

Según la OCDE, las zonas rurales son lugares en los que la densidad de población es inferior al número de personas por km²?

PREGUNTA 2

¿Cuáles son las cualidades más importantes de una buena decisión?

PREGUNTA 3

¿Cuáles son las técnicas de persuasión?

PREGUNTA 4

¿Cuáles son las etapas de resolución de problemas científicos?

PREGUNTA 5

¿Qué conocimientos digitales tiene un usuario clave en seguridad?

Actividades

Las actividades se preparan para que los educadores y profesores enseñen habilidades específicas a los participantes.

Actividad 1

SOLUCIÓN DE PROBLEMAS

Introducción de la actividad

PASOS DE APLICACIÓN DE LLUVIA DE IDEAS

PASO 1: EL GRUPO SE PREPARA PARA LA LLUVIA DE IDEAS

La preparación necesaria incluye:

- Un salón luminoso y espacioso.
- materiales como el rotafolio / pizarra / lápiz.
- presentación de información preliminar sobre el problema o el tema.
- refrescos como café / té / pastel (autoservicio).

ETAPA 2: SE DEFINE EL PROBLEMA

Mientras se define el problema, se hace lo siguiente en orden;

- Se identifica el tema o problema para el que se busca una solución.
- Se explica qué tipo de resultado se desea obtener.
- Se afirma que el objetivo es generar el mayor número de ideas posible.
- Inicialmente se le da a cada uno un corto tiempo para escribir sus propias opiniones.

ETAPA 3: SE NOMBRA UN MODERADOR PARA LA PRODUCCIÓN DE LA IDEA

Un buen moderador;

- No usa expresiones que contengan juicio.
- Le da a todos el derecho de hablar igual y justamente.
- Intenta provocar nuevas ideas con preguntas adicionales.

FASE 4: IDEAS Y PROPUESTAS DE SOLUCIÓN

En esta etapa, los miembros del grupo están activos para generar ideas;

Introducción de la actividad

- Las ideas son habladas como una idea cada vez bajo la dirección de un moderador.
- La promesa se hace de acuerdo a la voluntad, no a la disposición de los asistentes.
- No hay prejuicios contra las ideas.
- Cada idea se escribe sin saltarse.
- La influencia de las opiniones de los demás es libre
- La generación de ideas se fomenta con preguntas adicionales.
- **FASE 5: TRABAJO DESPUÉS DE LA PRODUCCIÓN DE MUCHAS IDEAS**
- Se anotan las personas que se consideran viables a partir de las ideas producidas (por ejemplo, cada persona 3 o 5).
- Los miembros del grupo no pueden cambiar sus buenas ideas cuando escuchan otras ideas.
- Las ideas elegidas por cada elemento se marcan por orden en la lista general
- Cuando se marcan las preferencias individuales, las ideas con más signo se listan como preferencias de grupo.
- En esta clasificación, la discusión grupal se hace sobre las ideas más importantes.
- Las ideas que deben considerarse más se determinan como resultado de la discusión grupal.
- El proceso de pensamiento creativo de la lluvia de ideas termina aquí
- El siguiente paso es el paso de pensamiento convergente sobre las ideas elegidas.

También hay aplicaciones más avanzadas de la lluvia de ideas clásica. Sin embargo, las aplicaciones avanzadas son algo más complicadas. En primer lugar, es la especialización en la técnica clásica de la lluvia de ideas propuesta.

Explicación de la actividad

- El educador determina una pregunta. Por ejemplo, ¿cuáles son las razones del "bajo rendimiento de los asistentes de ventas" originado por el gerente?
- La duración se determina
- Todos escriben sus ideas en un pedazo de papel.

- Cuando el tiempo se acaba, las ideas se explican en orden.
- Las opiniones se enumeran en la pizarra.
- Se le da un número o una letra a cada opinión.
- A cada miembro se le pide que seleccione 3 puntos de vista en orden. A la opinión de mayor prioridad se le dan 3 puntos, a las siguientes 2 y a la última 1 punto. Se escribe junto a las opiniones.
- Los puntos se recogen y las opiniones con pocos votos se eliminan de la lista.
- 5 Ideas de mayor prioridad son las ideas para ir a la solución del problema



MATERIALES NECESARIOS:

- hoja de papel para cada estudiante, lápiz y bolígrafo para cada estudiante, pizarra y rotafolio, marcador de pizarra.

Alcance

Técnicas de generación de ideas utilizadas en la resolución de problemas

1. Técnica de la lluvia de ideas
2. Seis sombreros para pensar
3. Análisis del campo de potencia
4. Grupos de discusión
5. Entrevista

Usaremos la técnica de la lluvia de ideas de estos. La tormenta de ideas puede hacerse sola o en grupo; tan pronto como las ideas vienen a la mente durante la tormenta de ideas, se les pide que se expongan. Las ideas no son juzgadas y criticadas al principio, ninguna idea es considerada absurda de modo que la persona trata de presentar todas sus ideas sin dudar.

Plan didactico

ASIGNACIÓN DE TIEMPO	SUB - ACTIVIDAD	TIPO	MATERIAL	DESCRIPCIÓN
5 MINUTOS	Lluvia de ideas	Practico	Hoja de papel para cada estudiante, lápiz y bolígrafo para cada estudiante.,	Los estudiantes trabajan individualmente en sus ideas.
10 MINUTOS	Decir ideas	Ejercicio	Pizarra, marcador de la pizarra	El entrenador escribe las ideas en la pizarra o en el rotafolio
5 MINUTOS	Listando las ideas y dándoles números.	Ejercicio	Pizarra, marcador de la pizarra	El entrenador escribe las ideas en la pizarra o en el rotafolio
5 MINUTOS	Escribir la suma de los puntos de las ideas	Ejercicio	Pizarra, marcador de la pizarra	El entrenador escribe las ideas en la pizarra o en el rotafolio

Actividad 2

PERSUADIR E INFLUENCIAR A ALGUIEN

Introducción de la actividad

La persuasión es una de las herramientas importantes de la vida comercial. Muchos estudios sobre la persuasión han revelado que las entrevistas cara a cara son importantes para persuadir a los hombres, mientras que las mujeres son fáciles de persuadir en las entrevistas cara a cara. Aquí hay 8 métodos importantes que puede aplicar para persuadir...

1. NOTA CÓMO DICES MÁS DE LO QUE DICES

Su manera de decir es uno de los trucos más importantes para convencer a la otra persona en un pensamiento o evento. Hablando en un lenguaje que la otra persona pueda entender, la idea que quieres presentar sin mucha importancia a lo que quieres decir será más fácilmente aceptada por la persona que está delante de ti.

2. HACER QUE LA OTRA PERSONA O PERSONAS SE SIENTAN VALIOSAS.

Las investigaciones han revelado que las amas de casa de todo el mundo piensan que sus maridos, que están trabajando y ganando dinero, el trabajo de la casa que están haciendo es más valioso y sus trabajos no tienen valor. Piensan que las tareas domésticas que hacen todos los días no son apreciadas por nadie. De hecho, no sólo las amas de casa, todos queremos ser apreciados sin excepción. Hacer que la gente se sienta valorada es una de las formas más fuertes de persuasión.

3. MOSTRAR PRUEBA

La gente a menudo pide algo concreto, es decir, una prueba de persuasión. Debes proporcionar pruebas para convencer a la otra persona. Porque las pruebas concretas a menudo son validadas por la gente.

4. USAR LA SENSACIÓN DE GUSTO

Recuerda, la gente dice que sí más a la gente que conoce y disfruta. Al mismo tiempo, se ven afectados más positivamente por las personas que son físicamente más atractivas y les gustan. Incluso si por casualidad tienes el mismo nombre que la persona que está delante de ti o tienes algo en común, puede crear sentimientos subconscientes sobre ti de forma subconsciente.

Introducción de la actividad

5. NO INCLUYEN TÉRMINOS PROFESIONALES AL HABLAR

Uno de los grandes errores que mucha gente comete es hablar mucho de términos profesionales. Los términos profesionales relacionados con el trabajo o el tema en el que trabajas, indican que tienes un buen dominio de ese tema. Sin embargo, la persona que está frente a ti puede percibir esta situación negativamente y sentirse inadecuada o pensar que estás exagerando. Por lo tanto, asegúrese de elegir expresiones adecuadas para el lenguaje cotidiano y palabras fáciles de entender sobre el tema que desea persuadir. Evite especialmente las palabras de la jerga.

6. UNA DE LAS HERRAMIENTAS IMPORTANTES PARA PERSUADIR ES ESTAR BIEN VESTIDO

Se ha revelado en estudios relacionados con la vida empresarial que especialmente los uniformes llevan mucho más respeto y tienen más impacto en los empleados. Además del uniforme, se afirma que las personas bien vestidas y exitosas afectan más fácilmente a los empleados y la resistencia de defensa contra ellos disminuye. Así que es importante cómo se busca convencer a alguien.

7. ÍNCLUE LA PERSONA A LA QUE QUIERES PERSUADIR PARA QUE HABLE.

Para el tema que quiere persuadir, incluya a la otra persona en la conversación y haga preguntas, obtenga sus comentarios y déle la oportunidad de decir lo que piensa sobre el tema. Sigue hablando en línea con las reacciones y comentarios que recibas de él. Si la persona a la que quiere persuadir tiene una idea sobre el tema y los comentarios, habrá una perspectiva negativa sobre el tema, y usted podrá moverse en la dirección que quiera hablar. De hecho, los mensajes que quieras transmitir sin ser consciente del sujeto que tienes delante se pondrán bajo su conciencia.

8. EVITAR LAS EXPRESIONES NEGATIVAS

Los comportamientos más repulsivos y negativos de las personas son los pensamientos negativos. Para ello, hay que evitar declaraciones negativas para el sujeto al que se quiere persuadir. Para convencer a una persona, es útil explicarle enfocándose en los aspectos positivos del sujeto que le estás diciendo. Entonces se hace más fácil para usted expresar y convencer a la persona.

Explicación de la actividad

Vendedor; En esta actividad, el objetivo de un estudiante es intentar vender un producto imaginario en el aula convenciendo a otros estudiantes. Para que esta actividad sea eficiente, se debe dar a los estudiantes la oportunidad de dar tiempo y preparar.

Si el estudiante es muchos, se divide en grupos, si es menos, se puede hacer un trabajo individual. Los estudiantes / grupos crean un producto imaginario. Él / ella trata de vender lo que el producto hace explicando sus características a sus amigos / otros grupos en el aula. Mientras tanto, los profesores y los estudiantes hacen preguntas sobre el producto. Después de la introducción, el estudiante pregunta quién quiere tomar la clase, se escribe el número de personas que deben comprar en la pizarra. Otros grupos / estudiantes también realizan la misma práctica. El estudiante/grupo que más vende tiene la habilidad de hacer las ventas más exitosas.



MATERIALES NECESARIOS:

- Hoja de papel para cada estudiante/grupo, bolígrafo/lápiz para cada estudiante,
- Pizarra/panelógrafo, marcador de pizarra

Alcance

Esta es una actividad altamente motivadora y agradable que aumenta la práctica de la palabra de los estudiantes. Las actividades que se realizarán en el aula pueden ser para mejorar los procesos mentales y la dicción dirigida a los elementos físicos de la educación del habla. Estas actividades pueden ser ajustadas e implementadas de diferentes maneras considerando el nivel de la clase y los comportamientos objetivo de la misma. A través de estas actividades, se pretende que los estudiantes aprendan sin aburrirse en un ambiente de juego y que adquieran habilidades de habla como un comportamiento.

Plan didáctico

ASIGNACIÓN DE TIEMPO	SUB - ACTIVIDAD	TIPO	MATERIAL	DESCRIPCIÓN
15 MINUTOS	Lluvia de ideas	Ejercicio en grupo/individual	hoja de papel para cada estudiante/grupo, bolígrafo/lápiz para cada estudiante,	Los estudiantes trabajan individualmente o en grupo en sus ideas.
10 MINUTOS	Hablar, persuadir	Introducción del material	Pizarra, rotafolio, marcador de pizarra	El entrenador escribe los números en la pizarra
10 MINUTOS	Hablar, persuadir	Introducción del material	Pizarra, rotafolio, marcador de pizarra	El entrenador escribe los números en la pizarra
10 MINUTOS	Hablar, persuadir	Introducción del material	Pizarra, rotafolio, marcador de pizarra	El entrenador escribe los números en la pizarra

Referencias

1. Ayanođlu I, Ankara 2008, Turkey For a Rural Development and Rural Development Model, Master Thesis, T. C. Gazi University Institute of Social Sciences Department of Public Administration Urbanization and Environmental Problems, Ankara
2. Haldiz K, July 2018, Investigation of the Relationship Between Personal Development Orientation and Career Adaptation Capabilities in Terms of Personal Development Training, Master Thesis, T.C. Sakarya University Business Administration Institute, Sakarya
3. Yıldız C, Bandırma 2019, A Phenomenological Analysis Based on Persuasion-Based Sales Strategies in Customer Clothing Sales Perspective, T.C. Bandırma Onyedi Eylül University Institute of Social Sciences Department of Business Administration, Master Thesis, Bandırma
4. Turhan D, February 2015, Levels of Applying Scientific Problem Solving Process and Techniques for Organizational Problems, Master Thesis, T.C Fatih University Institute of Social Sciences Educational Management Supervision Planning and Economics, Istanbul
5. Taşkın S, Edirne in 2019, working life Flexibility and Elasticity Practices in Turkey, T. C. Trakya University Institute of Social Sciences Department of Labor Economics and Industrial Relations, M.Sc. Thesis.Edirne
6. Atmaca İ.L.Kocaeli 2007, Investigation of Strategic Thinking and Reform Practices in Turkish Public Administration from the Perspective of Stratelic Perspective, T.C. Kocaeli University Institute of Social Sciences, Kocaeli
7. Sađır C.Edirne 2006, Factors Affecting the Decision Making Process and the Importance of Ethics in the Decision Making Process: An Applied Research, Edirne Trakya University Institute of Social Sciences.Edirne
8. Seyhan M.Gaziantep 2020, Regulatory Role of Demographic Features on the Impact of Personal Development Tendency and Networking Behavior on Relational Capital, T.C. Gaziantep University Institute of Social Sciences Department of Business Administration, Ph.D. Thesis, Gaziantep
9. Avsar M. Niđde in 2019, rural development policy in Turkey (1923-2016) M.Sc., T.C..Niđde Omar Halisdemir University Institute of Social Sciences, Economics Department, Nigde

10. <https://europass.cedefop.europa.eu/tr/resources/digital-competences>
11. <https://www.abprojeyonetimi.com/daha-basarili-olmak-icin-hesaplanmis-risk-nasil-alinir>
12. nkariyer,2017(28/03/2020),<http://www.nkariyer.com/egitim/2017/11/1/karsinizdaki-kisiyi-ikna-etmenin-cok-onemli-8-yolu>





image from yanalya / freepik.com

Tiempo
estimado de
lectura

50-60 minutos

MODULO 4

HOJA DE RUTA DE UN NEGOCIO

SOCIO: Gobierno de Adana

PROJECT 2018-2-TR01-KA205-060888
YOUTH ENTREPRENEURSHIP CURRICULUM



Propósito

El objetivo de este módulo es ayudar a los jóvenes de las zonas rurales a adquirir conocimientos y competencias básicas para gestionar un proyecto desde la perspectiva de la creación de empresas. Esto incluye el apoyo a algunos de los jóvenes para convertir su idea de negocio en una creación de empresa. Al final del módulo, los participantes podrán explicar el valor de tener un plan de negocios, comprender qué es un plan de negocios y cómo desarrollar un plan de negocios sencillo. Aprenderán acerca de la capacitación y el apoyo financiero para empresarios en diferentes países.

Resultados del Aprendizaje

En términos de **conocimiento**, el aprendiz sabrá:

- ✓ Entenderá el papel del plan de negocios.
- ✓ Aprendiendo el más apropiado de los entrenamientos actuales y cómo llegar a ellos.
- ✓ Aprender las organizaciones, redes que prestan apoyo comercial en el país anfitrión y cómo acceder a ellas.

En términos de **habilidades**, el aprendiz entenderá:

- ✓ El desarrollo de habilidades de preparación de planes de negocios.
- ✓ Desarrollo de las capacidades de comunicación con las instituciones que apoyan la iniciativa empresarial.
- ✓ Mejora de las aptitudes para solicitar recursos de financiación.

En términos de **competencias**, el aprendiz será capaz de:

- ✓ Aprender los temas a considerar por escrito y presentar el plan de negocios y preparar sus propios planes.
- ✓ A la capacidad de identificar oportunidades y desarrollar los recursos y el capital necesarios.
- ✓ Comprender y facilitar los procesos de aprendizaje individuales y grupales;

4.1. Una hoja de ruta de un negocio

Tienes metas y objetivos, y múltiples pasos para llegar a ellos. ¿Cómo vamos a hacer que esto suceda? La pregunta es dónde una hoja de ruta de negocios puede crear una alineación explicando visualmente cómo todo se unirá para hacer que esa visión se convierta en una realidad.

La mayoría de las empresas comienzan con un plan de negocios. El plan de negocios se utiliza a menudo para asegurar la financiación de los bancos o los inversores. Este plan identificará las oportunidades y proporcionará un análisis de mercado de los actores actuales y las soluciones que abordan estas oportunidades.

A continuación, el plan señala cómo la empresa puede atacar esta oportunidad de una manera novedosa. A partir de ahí, se profundizará en los detalles de la ejecución. También puede tocar el equipo de gestión antes de entrar en las finanzas.

Los planes de negocios son documentos densos, con mucho texto. Aparte de algunas tablas y gráficos para marcar puntos de inicio, no son particularmente visuales. También suelen ser bastante ligeros en la fase de ejecución de las cosas.

Pero aquí es donde los planes de negocios pueden brillar. Complementan el plan de negocios mientras le dan vida. El plan de negocios en sí mismo no proporciona mucha dirección específica. La hoja de ruta muestra lo que tiene que pasar, cuando tiene que pasar y quién tiene que hacerlo.

Con una hoja de ruta de negocios, se vuelve muy claro cómo se unen los diferentes roles, tareas y responsabilidades. Lo mejor de todo es que está disponible de un vistazo y se actualiza fácilmente, en lugar de tener que examinar páginas de texto o las minucias de los planes de proyectos.

Al igual que un plan de negocios, una hoja de ruta es una larga visión de hacia dónde va su organización y cómo se llega a ella. Pero lo que lo diferencia del típico plan de negocios es que es una visualización de alto nivel del panorama general de su empresa.

Este tipo de hoja de ruta ilustra los principales objetivos y estrategias de su empresa para lograr el crecimiento. En el caso de las empresas que comprenden varios departamentos, una hoja de ruta evita que los equipos individuales se queden encerrados en un silo, ya que describe claramente el futuro de la empresa y el papel de cada departamento en el crecimiento futuro.

Una hoja de ruta empresarial es un documento estratégico a largo plazo que muestra hacia dónde se dirige su empresa y los pasos necesarios para llegar allí.

A diferencia de los planes de negocios largos, no muestra los elementos individuales y las actividades requeridas en detalle.

En su lugar, se centra en el panorama general, mostrando claramente los principales objetivos de su empresa y las estrategias de alto nivel que utilizará para alcanzarlos, lo que ayuda a mantener a las partes interesadas y a los miembros del equipo alineados y en camino hacia el éxito.

A diferencia de los planes de negocios largos, no muestra los elementos individuales y las actividades requeridas en detalle.

Cuando se construye bien con una consideración atenta y minuciosa, una hoja de ruta establece todo lo necesario para convertir un plan de negocios en realidad. Tanto los interesados como los contribuyentes individuales pueden obtener el cuadro completo.

Encontrar la oportunidad de negocio adecuada o desarrollar creativamente una idea no es ciertamente una tarea fácil. Esta es la fase llamada "Visualizar la idea" la primera tarea verdadera de un empresario.

¿QUÉ ES UNA IDEA DE NEGOCIO?

Una idea de negocio es un concepto que puede ser usado para hacer dinero. Cada negocio exitoso comenzó como la idea de alguien.

Aunque una idea de negocio tiene el potencial de hacer dinero, no tiene valor comercial inicialmente. Para averiguar las posibilidades de una idea en el mercado y comprobar su contenido innovador y su viabilidad, es necesario realizar un control de plausibilidad. Una idea de negocio prometedora debe tener las siguientes características:

- Relevante (debe satisfacer las necesidades de los clientes o resolver sus problemas)
- Innovador
- Único
- Un enfoque claro
- Rentable a largo plazo



Image from AbsolutVision / unsplash.com

Una idea de negocio exitosa debe cumplir las siguientes tres condiciones:

1. Debe ofrecer un beneficio al cliente resolviendo un problema o satisfaciendo una necesidad. Los clientes compran productos y servicios por una sola razón: para satisfacer una necesidad. Por lo tanto, si su idea de negocio no puede satisfacer a los clientes, no tendrá éxito. Cada idea de negocio exitosa debe tener una propuesta de venta única.
2. Debe tener un mercado que esté dispuesto a aceptarla. 3. Una idea de negocio prometedora debe ofrecer un producto o servicio que sea aceptado por un gran mercado. También debe tener arreglos factibles para atender a ese gran mercado así como valores únicos que la diferencien de la competencia.
3. Debe tener un mecanismo para obtener ingresos. Una idea de negocio exitosa debe mostrar cuánto dinero se puede ganar con ella y cómo se ganará el dinero.

QUÉ ES UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO?

Una oportunidad de negocio es una idea de negocio que ha sido investigada, refinada y empaquetada en una prometedora empresa que está lista para ser lanzada. Si bien es cierto que múltiples ideas de negocios pueden surgir a diario, sólo unas pocas de ellas serán rentables a largo plazo, según la investigación de mercado y el estudio de viabilidad realizado. Estas pocas son las verdaderas oportunidades de negocio. Una oportunidad se considera como tal cuando se ha comprobado que cumple los siguientes criterios:

- ✓ Debe tener altos márgenes brutos.
- ✓ Debe tener el potencial de alcanzar el flujo de efectivo de equilibrio dentro de 12 a 36 meses.
- ✓ La inversión de capital inicial debe ser realista y estar dentro del rango de lo que puede proporcionar.
- ✓ Debe tener la fuerza y la capacidad necesarias para llevar el negocio al éxito.
- ✓ Su nivel de entusiasmo por el negocio debe ser muy alto.
- ✓ Debe tener el potencial para seguir mejorando con el tiempo.
- ✓ Debe tener un bajo nivel de riesgo de responsabilidad civil.

Investigación de mercados y análisis de la competencia

La investigación de mercado combina el comportamiento del consumidor y las tendencias económicas para confirmar y mejorar su idea de negocio.

Es crucial entender su base de consumidores desde el principio. La investigación de mercado le permite reducir los riesgos incluso cuando su negocio es sólo un brillo en su ojo.

Reúna información demográfica para comprender mejor las oportunidades y limitaciones para ganar clientes. Esto podría incluir datos de población sobre edad, riqueza, familia, intereses o cualquier otra cosa que sea relevante para su negocio.

Luego responda estas preguntas para tener una buena idea de su mercado.

- Demanda: ¿Hay un deseo para su producto o servicio?
- Tamaño del mercado: ¿Cuánta gente estaría interesada en su oferta?
- Indicadores económicos: ¿Cuál es el rango de ingresos y la tasa de empleo?
- Ubicación: ¿Dónde viven sus clientes y dónde puede llegar su negocio?
- Saturación del mercado: ¿Cuántas opciones similares están ya disponibles para los consumidores?
- Precios: ¿Qué pagan los clientes potenciales por estas alternativas?

También querrá mantenerse al día con las últimas tendencias de la pequeña empresa. Es importante tener una idea de la cuota de mercado específica que impactará en sus beneficios.

Puedes hacer una investigación de mercado usando las fuentes existentes, o puedes hacer la investigación tú mismo e ir directamente a los consumidores.

Las fuentes existentes pueden ahorrarle mucho tiempo y energía, pero la información podría no ser tan específica para su público como usted quisiera. Úsalo para responder preguntas que son tanto generales como cuantificables, como las tendencias de la industria, la demografía y los ingresos de los hogares.

Plan de negocios

Un plan de negocios es también un mapa de carreteras que proporciona direcciones para que una empresa pueda planificar su futuro y le ayuda a evitar los baches en la carretera. El tiempo que usted dedica a hacer su plan de negocios minucioso y preciso, y a mantenerlo actualizado, es una inversión que paga grandes dividendos a largo plazo.

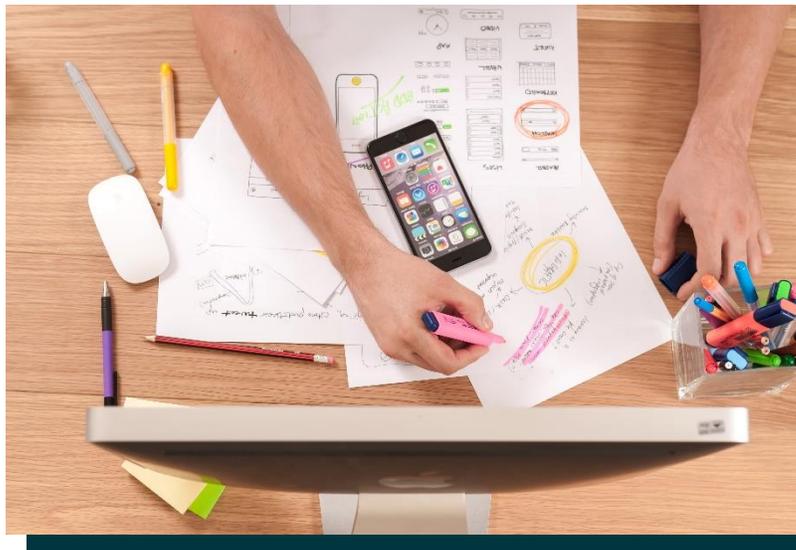
En el mercado competitivo de hoy en día, el 70% de todos los nuevos negocios fracasan en los primeros 2-3 años. Ya sea que esté

iniciando un nuevo negocio o trabajando para fortalecer o expandir su negocio actual, tener un plan de negocios es su mapa de ruta hacia el éxito. Un buen negocio planea el corazón y el alma de cualquier negocio exitoso. Puede ayudar a alguien a asegurar las finanzas, priorizar los esfuerzos y evaluar las oportunidades.

Un plan de negocios es un proyecto de éxito y la mejor práctica en el proceso empresarial. Es un documento que explica el modelo de negocio y los planes estratégicos y operativos con gran detalle.

Un plan de negocios es la perspectiva del empresario de los aspectos estratégicos y operativos específicos de sus ideas. Es una hoja de ruta con la que el empresario pretende convertir la idea en un negocio estable, sostenible y escalable. Un plan de negocios escrito es indispensable si el empresario busca financiación de fuentes externas. Los bancos, los inversores ángeles y los capitalistas de riesgo se mostrarán cautelosos a la hora de invertir dinero en una empresa de nueva creación a menos que tengan los medios para evaluar los riesgos y el potencial de crecimiento. Por lo tanto, un plan de negocios sensatamente documentado puede ayudar tanto al empresario como a los posibles inversores.

Un plan de negocios se crea en una plantilla particular. Su contenido se divide en secciones. Las secciones iniciales dan información sobre la puesta en marcha que incluye el nombre, la visión del empresario y los objetivos de la puesta en marcha, la condición jurídica de la empresa (comerciante individual/asociación/empresa), la situación operativa actual, un breve perfil de los miembros del equipo de gestión. Las secciones siguientes incluyen un



análisis estratégico y un plan estratégico completos, planes detallados sobre comercialización y operaciones, seguidos de datos financieros, alternativas de financiación y análisis de riesgos.

Un buen plan de negocios comienza con "un resumen ejecutivo", que es una sinopsis bien pensada de todas las secciones articuladas en no más de cuatro páginas. Un resumen ejecutivo comunica que el producto/servicio que ofrece la empresa de arranque servirá a un segmento de mercado identificable y considerable. En él se examina el rendimiento previsto de la inversión y el potencial de crecimiento a lo largo de un período de 3 a 5 años. La información verbal se apoya en números y, como resultado, actúa como un resumen capaz de captar la imaginación de los posibles inversores, que suelen tener dificultades para ganar tiempo.

La estrategia es vital para lograr los objetivos empresariales. Un plan de negocios sólido debe discutir su estrategia prevista y la acción para realizar esta estrategia. Se discute cómo la empresa de arranque planea integrar sus recursos tangibles e intangibles con la oportunidad de negocio con el objetivo de obtener una ventaja competitiva sostenible.

Un plan de negocios debe justificar explícitamente la estrategia de la puesta en marcha y apoyarla con planes detallados de marketing y operativos. Debe explicar cómo se gestionarán las actividades de la cadena de valor de la empresa de nueva creación -gestión de la cadena de suministro, operaciones, distribución, comercialización y ventas y servicio posventa- para ofrecer valor y satisfacción a sus clientes. Una empresa funciona bien cuando logra crear una cadena de valor diferenciada que ofrece un valor superior con costos más bajos.



Adapted from: *Hitt, Ireland and Hoskisson (2015: 112)*

Figura 1 Estrategias a nivel empresarial

Internet ha infundido dinamismo a las funciones de comercialización y relación con los clientes. En la economía digital, el comportamiento del consumidor es mucho más transparente. Por ejemplo, las transacciones entre la empresa de arranque y sus clientes generan datos de forma constante. Al mismo tiempo, los medios sociales facilitan la interactividad y la retroalimentación instantánea. El plan de marketing debe hacer hincapié en las formas en que explotará las nuevas dinámicas para construir la lealtad a la marca.

LA IMPORTANCIA DE LOS DATOS FINANCIEROS

La estrategia de crecimiento de una empresa emergente está incompleta sin datos financieros. Esta sección distinta de un plan de negocios cubre:

- análisis del punto de equilibrio;
- la cuenta de resultados (también llamada cuenta de pérdidas y ganancias);
- el balance (también llamado estado de situación financiera);
- el estado de flujo de caja;
- los ratios financieros.
- La información presentada debe demostrar que la puesta en marcha está estructurada de manera eficiente.

El dinero y las ganancias son el oxígeno para los negocios. Las operaciones no pueden sostenerse sin liquidez, y el rendimiento esperado de la inversión no puede lograrse sin beneficios. Una empresa de nueva creación no puede sobrevivir con el capital del propietario y los fondos prestados para siempre. Las previsiones financieras deben comunicar el plazo en el que la empresa de nueva creación espera generar ingresos, por encima de sus costos, y acumular efectivo.

En general se entiende que una empresa de nueva creación puede tener pérdidas durante el par de años iniciales, mientras que los ingresos se recuperan, pero son insuficientes para cubrir los costos fijos. Sin embargo, una empresa viable debe ser capaz de exhibir beneficios y un flujo de efectivo constante a partir del tercer año. Las hipótesis utilizadas para concebir los datos financieros deben ser razonables y presentarse de manera explícita. El desempeño debe acentuarse mediante la revisión de los datos financieros con la ayuda de coeficientes financieros establecidos, tales como: coeficientes de liquidez y solvencia, coeficientes de eficiencia y coeficiente de rentabilidad.

LO QUE SE INCLUYE EN UN PLAN DE NEGOCIOS?

Los siguientes componentes constituyen un plan de negocios:

Índice

Resumen ejecutivo:

Aparece primero, escrito al final. Proporciona una instantánea de su empresa explicando quién es usted, lo que hace y por qué.

Misión y Visión:

Aquí se define el propósito de su negocio (Misión) y una declaración sobre su percepción del crecimiento y potencial de la empresa (Visión). Incluye las metas y objetivos específicos del negocio

Descripción del negocio:

Proporcionar información sobre los antecedentes de la empresa, incluida una breve historia del negocio y una lista de los principales directores de la empresa.

Defina su mercado:

Describa la industria en la que operará su negocio, identifique su mercado objetivo, proporcione un perfil general de sus clientes objetivo, y describa qué parte del mercado tiene actualmente y/o anticipa. Para esta sección del plan de negocios, su empresa llevará a cabo los siguientes tipos de investigación:

Análisis de la industria:

cómo está estructurada la industria, tendencias y estadísticas, actores clave, segmentación, canales de venta y distribución, etc..

Análisis de la competencia:

Principales competidores, fortalezas y debilidades, cómo se posicionaría frente a la competencia, nicho de mercado, comparación de productos/servicios.

Clientes:

¿Quiénes son los clientes (datos demográficos), qué es lo que quieren, los hábitos de compra de los clientes, la cuota de mercado / tamaño del mercado, las preferencias de los consumidores.

Publicidad y promoción:

¿Cómo llegará a los clientes potenciales? ¿Dónde compran actualmente los productos/servicios? ¿Dónde se anunciará y cómo medirá la eficacia de sus esfuerzos de publicidad y promoción?

Precios:

Estrategia, políticas, lista de precios, análisis del punto de equilibrio.

Ubicación:

¿Dónde se encuentra su negocio? (en casa; al por menor; comercial, etc...), ¿es importante la ubicación de su negocio? ¿Se necesita alguna zonificación especial, terreno o mejoras en el edificio para acomodar su operación? Si la ubicación es importante, ¿cuáles son las características de su ubicación?

Productos y servicios:

Describa todos sus productos y servicios; explique cómo son competitivos sus productos y servicios, incluyendo las características únicas, los beneficios del producto o servicio, el nicho atendido, la etapa de desarrollo del producto/servicio, la producción, el crecimiento futuro.

Organización y gestión:

Describa cómo está organizada su empresa, incluida la estructura jurídica (empresa unipersonal, sociedad, corporación, etc.); identifique las licencias y/o permisos especiales con los que opera su empresa; proporcione una breve biografía de los principales directivos de la empresa; incluya un organigrama si está disponible.

Estrategia de marketing y ventas:

Identifique y describa su mercado - quiénes son sus clientes y cuál es la demanda de sus productos y servicios; los canales de distribución que utilizará; su estrategia de ventas específica para la fijación de precios, la promoción, los productos y el lugar.

Gestión financiera:

- Para las nuevas empresas, incluya: estimación de los costos de puesta en marcha (todos los gastos de una sola vez, como equipo, depósitos, honorarios, etc.); balance general proyectado, estado de ingresos, estado de flujo de caja (1 año en adelante)
- Para los negocios existentes se incluyen: balances (últimos 3 años), estados de ingresos (últimos 3 años), estados de flujo de caja (12 meses)

- Si se solicita un préstamo: estado financiero personal actual de cada capital; declaración de impuestos federales del año anterior

Apéndices:

Esta sección puede incluir folletos de la empresa, currículum vitae de los principales empleados, lista de equipos de la empresa, copias de artículos de prensa y anuncios (si están disponibles), fotografías de la ubicación de su empresa y productos, cualquier información aplicable sobre su industria y/o productos, acuerdos comerciales clave como el arrendamiento, contratos, etc..

(Adaptado de : SBA's Business Plan Template)

Conclusión

La redacción de un plan de negocios antes del lanzamiento de una empresa de nueva creación es la mejor práctica que puede producir resultados positivos para el empresario. Un plan de negocios escrito es un requisito previo para obtener financiación de los bancos y otros inversores.

Tal vez se argumente con razón que el entorno en el que una empresa de nueva creación inicia su camino es dinámico y, por lo tanto, capaz de convertir incluso un plan de acción bienintencionado en una empresa ineficaz. Por esta razón, un plan de negocios bien pensado es un documento hecho en serio, pero ciertamente no está grabado en piedra. La responsabilidad de dar forma a la estrategia de la start-up en respuesta a las fuerzas ambientales y competitivas recae en el empresario. Un empresario inteligente lo utiliza como un instrumento para evaluar y mitigar los riesgos.



image from boggy / freepik.com

4.2. Programas de capacitación

4.2.1 Entrenamientos gratuitos

Programa de apoyo al desarrollo de la capacidad empresarial KOSGEB / Turquía

Los objetivos del programa son aumentar la información y la capacidad de los empresarios en materia de establecimiento y ejecución de la empresa para premiar los planes y modelos empresariales exitosos; aumentar la cooperación entre los agentes que tienen lugar en el ecosistema empresarial; crear estructuras que contribuyan a aumentar la tasa de supervivencia de las empresas recién establecidas durante su período más débil y facilitar el establecimiento y la ejecución de las nuevas empresas dentro de la línea de los planes y programas nacionales.

Como primer paso, es necesario recibir un certificado después de haber recibido una "Formación Empresarial Aplicada" de 32 horas como mínimo, que está abierta a todos y es gratuita. La capacitación puede ser organizada por diferentes instituciones y organizaciones (municipalidades, asociaciones profesionales, instituciones de enseñanza superior, organismos de desarrollo, İŞKUR, etc.). Puede conocer las fechas y lugares de estos cursos de capacitación en www.kosgeb.gov.tr.

Cursos en línea de iniciativa empresarial (Harvard)

LA INICIATIVA EMPRESARIAL EN LAS ECONOMÍAS EMERGENTES

Este curso de negocios y gestión, impartido por el profesor de la Escuela de Negocios de Harvard Tarun Khanna, tiene un enfoque interdisciplinario para comprender y resolver problemas sociales complejos. Aprenderá sobre los intentos anteriores de abordar estos problemas, identificar los puntos de oportunidad para los esfuerzos empresariales inteligentes, y proponer y desarrollar sus propias soluciones creativas.

El enfoque de este curso se centra en la agencia individual - ¿qué puede hacer para abordar un problema definido? Aunque utilizaremos la lente de la salud para explorar las oportunidades empresariales, aprenderá cómo tanto los problemas como las soluciones son inevitablemente de naturaleza multidisciplinar, y nos basaremos en una serie de sectores y campos de estudio.

Lo que aprenderás

Concienciación de las oportunidades para la iniciativa empresarial en los mercados emergentes de rápido crecimiento

La comprensión de un marco conceptual para evaluar esas oportunidades

Una apreciación de los tipos de problemas que se prestan a soluciones empresariales

Para más información, por favor visite:

<https://online-learning.harvard.edu/course/entrepreneurship-in-emerging-economies?delta=0>

Esenciales del espíritu empresarial: Pensamiento y acción / Universidad de California, Irvine

El éxito en los negocios puede mejorarse en gran medida si se comprenden las características empresariales clave y las soluciones de las competencias. Este curso interactivo proporciona a los posibles empresarios el conocimiento de cómo tener éxito en una oportunidad empresarial. Los temas incluyen: cómo se evalúa mejor la creatividad, la oportunidad y la viabilidad; estrategias empresariales para nuevos negocios; importancia de un plan de negocios; lograr el éxito en un nuevo negocio. Al final del curso los estudiantes tendrán las habilidades y la confianza para evaluar la puesta en marcha de un negocio, además de ser más emprendedores en la forma de abordar sus funciones en caso de que decidan trabajar en organizaciones.

Al completar este curso, serás capaz de:

- ✓ Conozca los múltiples rostros y contextos de la iniciativa empresarial
- ✓ prenda sobre el proceso empresarial y cómo gestionarlo
- ✓ Aprende sobre lo que se necesita para ser un empresario y tu propio potencial para serlo

- ✓ Aprenda a reconocer las oportunidades de generar y evaluar su propia idea de negocio
- ✓ Explica el proceso de planificación de negocios
- ✓ Aplicar los enfoques, conceptos y métodos empresariales a su propia idea de negocio
- ✓ Aprenda acerca de las cuestiones operacionales en el desarrollo de nuevas empresas comerciales

Esta serie de cursos le ayudará a construir, desarrollar y perfeccionar las habilidades esenciales necesarias para mejorar sus posibilidades de empleo y el avance en la dinámica fuerza de trabajo de hoy en día. Los cursos de esta especialización pueden tomarse en cualquier orden. Cada curso también puede ser tomado independientemente. La especialización concluye con un proyecto final que le dará la oportunidad de integrar y aplicar las habilidades que ha adquirido a lo largo de los cursos a sus necesidades individuales y organizativas..

Para más información y prueba gratuita de 7 días, por favor visite:

<https://www.coursera.org/learn/entrepreneurial-thinking>

Desarrollo de ideas innovadoras para nuevas empresas: El primer paso en la iniciativa empresarial / Universidad de Maryland, College Park

Este curso ayuda a los aspirantes a empresarios activos a desarrollar grandes ideas en grandes empresas. Con economías fuertes que presentan ricas oportunidades para la creación de nuevas empresas, y tiempos económicos difíciles que presentan la necesidad para muchos de hacer su propio trabajo, la necesidad de desarrollar las habilidades para desarrollar y actuar en las oportunidades de negocios innovadores es cada vez más vital.

Utilizando contenidos, métodos y modelos probados para la evaluación y análisis de oportunidades de nuevos emprendimientos, aprenderá cómo:

1. Identificar y analizar las oportunidades empresariales;
2. Mejorar la mentalidad empresarial;
3. Mejorar su toma de decisiones estratégicas; y
4. Construir modelos de negocio innovadores.
5. Nuestro objetivo es desmitificar el proceso de arranque y ayudarle a construir las habilidades para identificar y actuar sobre oportunidades innovadoras ahora y en el futuro.
6. Con este curso, los estudiantes experimentan una muestra de las ideas y técnicas exploradas en la maestría de la Universidad de Maryland en emprendimiento tecnológico, un programa innovador, 100% en línea. Aprenda más en <http://mte.umd.edu/landing>.

Para una prueba gratuita de 7 días, por favor visite:

<https://www.coursera.org/learn/innovative-ideas>

Fundamentos de la estrategia empresarial

El análisis estratégico es fundamental para analizar el contexto competitivo en el que opera una organización y para formular recomendaciones razonadas y razonables sobre la forma en que esa organización debe posicionarse y las medidas que debe adoptar para maximizar la creación de valor. En este curso, exploraremos la teoría y los marcos subyacentes que proporcionan los fundamentos de una estrategia empresarial exitosa. Los gerentes, empresarios, emprendedores sociales, analistas y consultores pueden encontrar valor en el dominio de estos fundamentos.

<https://www.udemy.com/course/foundations-of-business-strategy/>

Creatividad y espíritu empresarial / Berklee Institute

Creatividad y espíritu empresarial le ayudará a aprovechar su creatividad interior y a aprender a aprovecharla para el desarrollo de su carrera o la innovación empresarial.

Presentado por el fundador de Creative Entrepreneurship, Panos Panay, este curso presenta entrevistas con empresarios, innovadores, compositores, productores, directores creativos, educadores, intérpretes, artistas visuales y chefs de renombre mundial mientras discuten los paralelos entre los viajes creativos y empresariales.

El curso aborda el espíritu empresarial como un proceso creativo, un instinto humano fundamental que todos poseemos y podemos desbloquear. _ Creatividad y espíritu empresarial _ aplica conceptos del proceso creativo y de creación musical, como observar, crear prototipos, iterar y abrazar el fracaso, como un medio para guiarle a través del concepto de pensar como un principiante. Desarrollará la mentalidad, los conocimientos y las percepciones básicos necesarios para seguir una carrera empresarial, ya sea como administrador de su propia carrera o como fundador de una nueva empresa en cualquier campo.

La creatividad y el espíritu empresarial es el lado de la iniciativa empresarial que no aprenderás en una escuela de negocios, sino en el estudio de música.

Para más información y prueba gratuita de 7 días, por favor visite:

<https://www.edx.org/course/creativity-entrepreneurship>

Convertirse en empresario / Instituto de Tecnología de Massachusetts

El programa "Convertirse en empresario" está diseñado en colaboración con el MIT para guiar a las personas de todas las edades y orígenes en el proceso de fundación de una empresa. Con cientos de miles de inscritos, este curso es tan atractivo y accesible como informativo.

Convertirse en empresario le proporcionará inspiración para explorar un camino empresarial y herramientas para superar los desafíos iniciales de la construcción de un negocio.

Desde el desarrollo de nuevas ideas de negocios y la investigación de mercado hasta el diseño y prueba de su oferta y lanzamiento, este curso sigue el exitoso enfoque de LaunchX hacia el emprendimiento que aprovecha el Empresariado Disciplinado del MIT, las metodologías lean y el pensamiento de diseño. Habrá una combinación de videos cortos y actividades que lo desafiarán a alejarse de la pantalla de su computadora y entrar a la comunidad para hacer un impacto real.

Para más información, por favor visite:

<https://www.edx.org/course/becoming-an-entrepreneur>

El espíritu empresarial corporativo: Innovar en la especialización de las empresas / Universidad de Maryland, College Park

Para un número cada vez mayor de empresas establecidas, la creación de nuevas oportunidades de negocio dentro de la empresa es un imperativo para el éxito. La madurez de las tecnologías y el envejecimiento de las carteras de productos requieren que las empresas creen, desarrollen y mantengan nuevos negocios innovadores. La Especialización en Empresariado Corporativo está diseñada para aquellos interesados en aprender cómo innovar y aplicar los principios del empresariado en el entorno corporativo.

Los estudiantes desarrollarán conocimientos sobre cómo sortear las barreras para crear, desarrollar y sostener nuevos negocios o iniciativas innovadoras dentro de las empresas existentes. Estas nuevas actividades rara vez encajan perfectamente en sistemas, procesos y culturas bien establecidos. Los estudiantes desarrollarán las aptitudes y aprenderán los instrumentos y las prácticas óptimas para identificar y desarrollar las oportunidades empresariales, crear modelos comerciales, crear estrategias para dirigir la innovación y financiar la innovación. Estos cuatro temas comprenden los cuatro cursos de la Especialización en Empresariado Empresarial, junto con un proyecto final.

La Especialización en Empresariado Empresarial está dirigida a personas que se encargan y/o inspiran para desarrollar y dirigir nuevos negocios dentro de empresas establecidas. Está específicamente diseñada para jóvenes y mandos intermedios con la oportunidad, o la responsabilidad, de iniciar nuevos negocios o iniciativas dentro de su empresa o división, en cualquier industria y en cualquier país.

Proyecto de Aprendizaje Aplicado

Los proyectos de los cursos desafían a los alumnos a aplicar las estrategias, tácticas y herramientas aprendidas en el curso para examinar las empresas líderes o la propia empresa del alumno. Con este enfoque orientado a la acción, los alumnos pueden desarrollar y aplicar rápidamente las lecciones aprendidas para desarrollar o recuperar la capacidad de innovación de su empresa.

Para más información, por favor visite:

<https://www.coursera.org/specializations/corporate-entrepreneurship>

Especialización en la creación de empresas / Technion - Instituto de Tecnología de Israel

La especialización de Startup Entrepreneurship se centra en temas de Innovación, Creatividad y Emprendimiento. Conduce a los estudiantes a través de todo el proceso de creación de una startup a partir de una idea.

La primera parte trata de las ideas y la imaginación creativa: descubrir nuevas ideas, nuevos productos, nuevos servicios, nuevas y mejores formas de hacer casi cualquier cosa.

La segunda parte se centra en cómo construir un negocio (iniciativa empresarial). Este curso guía al alumno a través de una serie de herramientas y métodos que ayudan a tomar una idea y hacerla realidad, de manera que pueda sostener el negocio u organización que la entrega a la humanidad. Utilice este curso para construir un negocio u organización sólida alrededor de la idea que desarrolló durante la Primera Parte.

La tercera parte ofrece lecciones de carreras de innovación de un maestro de logros comprobados. Durante este curso seguirá conversaciones y entrevistas con Dadi Perlmutter, quien, hasta hace poco, fue Vicepresidente Ejecutivo de Intel Corporate, el ejecutivo israelí de mayor rango de cualquier compañía multinacional.

Para más información, por favor visite:

<https://www.coursera.org/specializations/startup-entrepreneurship>

4.2.2 Formación pagada

Máster en Iniciativa Emprendedora en Barcelona / GBSB Global Business School

El Master en Iniciativa Emprendedora de Barcelona ofrece a los estudiantes la formación necesaria para fomentar la mentalidad emprendedora. Este máster en iniciativa empresarial en España se centra en la generación de nuevas ideas y en verlas fructificar, creando valor económico y social. El Master en Iniciativa Emprendedora en Barcelona enseña a los estudiantes a crear sus propias empresas, desarrollar nuevos productos o gestionar proyectos innovadores para empresas ya existentes y a adaptar nuevas ideas para que tengan un impacto positivo en el mundo actual.

Los estudiantes pueden aprender a hacer negocios en Europa, Asia, Oriente Medio y América Latina, lo que ayuda a desarrollar las habilidades y conocimientos para ser competitivos en el mercado global. Mientras estudian para el Master en Iniciativa Emprendedora en Barcelona, los estudiantes aprenden a diseñar planes de negocio de éxito, a integrar la innovación y las prácticas sostenibles en los negocios, y a presentar ideas a posibles inversores. Los estudiantes se graduarán del Master en Iniciativa Emprendedora en Barcelona preparados para tener éxito en los mercados de todo el mundo.

TITULACIÓN

TITULACIÓN DE CIENCIA EN EMPRESARIOS

Acreditado por la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña (UVic-UCC) - Programas específicos de la universidad

Acreditado por el Consejo Europeo de Educación Empresarial (ECBE)

La GBSB Global Business School utiliza el sistema trimestral, en el que hay cuatro períodos (o trimestres) de estudio de 10 semanas de duración durante el año. Se espera que los estudiantes asistan a tres trimestres, pero pueden asistir a los cuatro trimestres (incluidos los de verano) para graduarse antes. Los trimestres de verano están disponibles en función del número de estudiantes inscritos.

Para más información, por favor visite:

<https://www.global-business-school.org/>

Programa de Formación Empresarial (ETP) / Universidad de Wisconsin – Madison

El ETP es un programa intensivo de capacitación en planificación de negocios diseñado para ayudar a los solicitantes calificados que desean iniciar un negocio o hacer crecer un negocio existente, y que quieren escribir un plan de negocios de alta calidad adecuado para presentarlo a un banco. Este programa es una combinación integral de cursos, desarrollo de planes de negocios y asesoramiento individual opcional, y está disponible para empresas de nueva creación o expansión de negocios. En este programa, usted usará el Lienzo de Modelo de

Negocios para identificar a sus clientes y determinar sus necesidades. Analizará esa información y la incorporará a un plan de negocios factible de manera oportuna.

ETP es un programa basado en aplicaciones, financiado en parte por una subvención a la red de SBDC de Wisconsin del WEDC. Los participantes calificados que completan con éxito los requisitos del programa reciben una subvención de 750 dólares de reembolso de matrícula para compensar el costo total del programa de 1.000 dólares. Para que su solicitud sea aceptada, deberá tener: la capacidad de escribir un plan de negocios, una idea de negocios factible, experiencia/entrenamiento relevante y capacidad financiera, o un camino factible, para iniciar su negocio propuesto.

La cuota del programa es de \$1000. La Corporación de Desarrollo Económico de Wisconsin (WEDC) apoya este programa proporcionando una subvención que cubre el 75% o \$750 de la matrícula a los estudiantes que completen con éxito el curso. Para aprovechar el reembolso de la subvención de WEDC, los participantes deben presentar un plan de negocios con sus finanzas al final del programa. Los solicitantes pagan \$250 que se deben pagar en el momento de la inscripción. Se enviará un correo electrónico explicando cómo inscribirse a aquellos que sean aceptados en el programa.

Para más información, por favor visite:

<https://sbdwisc.edu/start-a-business/entrepreneurial-training-program-etp/>

La Guía esencial del espíritu empresarial por Guy Kawasaki

La parte más difícil de empezar tu propio negocio es dar el primer paso. Este curso está diseñado para empresarios en ciernes de todos los niveles de experiencia. Si estás remotamente interesado en convertirte en un empresario o empezar tu propio negocio, no puedes permitirte perderte los 30 años de sabiduría duramente ganada por Guy.

En este curso, no sólo aprenderá los principios esenciales para iniciar su propio negocio, sino que también se beneficiará de los más de 30 años de experiencia del instructor del curso, Guy Kawasaki, trabajando como empresario, asesor e inversor.

Guy entiende el punto de vista del empresario y el punto de vista del inversor, y te ayudará a ver tu negocio desde ambos lados de la mesa. Al realizar este curso, tendrá acceso privilegiado a los consejos anecdóticos únicos de Guy sobre sus experiencias trabajando para gigantes de la tecnología como Apple y Google, y su papel en la creación de varias empresas innovadoras de Silicon Valley.

Contenido y visión general

Si ya tienes un plan de negocios detallado o simplemente una gran idea que te apasiona, encontrarás valor en la forma en que este curso desglosa los diversos conceptos de la iniciativa empresarial de una manera fácil y

accesible con un montón de ejemplos del mundo real, consejos y trucos, y la sabiduría de un empresario experimentado..

Emprender de la A a la Z: Empezando con el lanzamiento y el lanzamiento, pasando por la recaudación de fondos y la creación de equipos, y concluyendo con el marketing y la evangelización, este curso le llevará a través de cada paso necesario para iniciar su propio negocio.

Ejercicios interactivos: Verás como un empresario como tú lanza su compañía a un potencial inversor y luego escucha los comentarios sin censura de Guy.

Después de completar este curso, comprenderá una serie de estrategias probadas con el tiempo y obtendrá consejos prácticos que lo llevarán más lejos en el camino que va desde tener una idea hasta ser un empresario de pleno derecho. Ganará la claridad y la confianza necesarias para crear una empresa duradera e influyente.

Para más información, por favor visite:

<https://www.udemy.com/course/entrepreneurship-course-by-guy-kawasaki/>

Pruebe el espíritu empresarial en 90 días / Global School for Entrepreneurship

Únete a nuestro programa de pruebas para descubrir si tienes lo necesario para convertirte en un empresario.

En 90 días, se le facilitará descubrir si su idea de negocio puede encontrar tracción en el mercado. Lo conseguirá a través de:

- ✓ Aprender métodos de trabajo ágiles para obtener resultados en una rápida sucesión;
- ✓ Aprender los principios fundamentales de la mentalidad emprendedora, tal como se recoge en la teoría de la Eficacia;
- ✓ Aprender lo que se necesita para crear valor.

Al hacerlo:

- ✓ Utilizar herramientas de gestión de proyectos como SCRUM (una habilidad muy deseada por las empresas).
- ✓ Practique los principios de la Eficacia aplicándolos en su propio negocio (idea).
- ✓ Descubre si tu idea de negocio encuentra tracción en el mercado a través de la validación.

Para más información, por favor visite:

<https://www.globalschoolforentrepreneurship.com/try-90-days/>

4.2.3 Lista de cursos de capacitación proporcionados por la Unión Europea

La atención que se presta a la educación empresarial se ve impulsada por la comprensión de que la UE no está aprovechando plenamente su potencial empresarial y que mejorarlo ayudará a los Estados miembros y a Europa en su conjunto a transformar su economía y a construir su futura fortaleza económica y competitiva.

En el Plan de Acción "Espíritu Empresarial 2020" y en la Comunicación "Repensar la educación" se presentó un marco coherente para la educación empresarial. Dado que las políticas educativas son competencia de los países de la UE, la Comisión Europea actúa principalmente como catalizador y facilitador de la promoción de la educación empresarial. Se centra en la difusión de información y el intercambio de prácticas óptimas entre los países de la UE, así como en la elaboración de instrumentos y proyectos de apoyo de gran valor añadido a nivel de la UE..

Viaje de Co-Innovación para Empresas y Corporaciones

Este curso le guiará en la preparación, planificación y puesta en práctica de una colaboración mutuamente beneficiosa, independientemente de si se trata de una empresa de nueva creación, de una corporación o de un interés general por cosechar los potenciales.

Después de terminar este curso deberías ser capaz de:

- ✓ reconocer los beneficios y los desafíos de la colaboración entre la empresa y la empresa de arranque,
- ✓ caracterizan la urgencia de la innovación en el mundo corporativo,
- ✓ encontrar y examinar las coincidencias entre los socios potenciales,
- ✓ distinguir y explorar los formatos de colaboración existentes,
- ✓ entender tanto a las empresas de nueva creación como a las corporaciones para agilizar la colaboración,
- y
- ✓ aplicar herramientas y técnicas dedicadas para superar los desafíos de la colaboración y diseñar una hoja de ruta conjunta.

¿Cómo está estructurado este curso?

Semana 1 del curso es todo sobre el "Por qué". Esboza el concepto teórico, su relevancia y potencial tanto para las empresas como para los emprendimientos..

Semana 2 es sobre el "Cómo". Se cubrirán diferentes enfoques para encontrar su socio de innovación y varios formatos de co-innovación.

Semana 3 adopta la perspectiva corporativa; prepara a su empresa para co-innovar con éxito con las nuevas empresas.

Semana 4 es la semana de la puesta en marcha y cambiará la perspectiva para equipar tu puesta en marcha con los conocimientos necesarios para co-innovar con un socio fuerte y grande.

Tras la Semana 4, la vía rápida termina. Aquí comienza la experiencia real y se les invita a continuar con dos semanas adicionales en equipos intersectoriales para trabajar en desafíos de la vida real con herramientas dedicadas.

Para más información, por favor visite:

<https://mooc.house/courses/corship2020>



4.3. Organismos públicos y privados que ayudan a los jóvenes a iniciar su propia actividad empresarial

4.3.1 Grecia

CUERPOS PÚBLICOS:

- OAED
- Cámara de Comercio

ORGANISMOS PRIVADOS:

- Elix
Web: <https://www.elix.org.gr/en/>
- Arsis
Asociación de Apoyo Social a la Juventud
Web: <http://arsis.gr/>



4.3.2 España

1. FUNDACIÓN GENERAL UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA:

Emprende.ull es el servicio gratuito de asesoramiento y apoyo al emprendimiento de la Universidad de La Laguna y su Fundación General.

2. ADVENTUREES:

Adventurees es una plataforma de financiación participativa autorizada y supervisada por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV)).

3. SOCIALNIUS:

Socialnius es una agencia de comunicación, relaciones públicas, marketing online y eventos especializada en el sector de la innovación y los negocios con más de cinco años de experiencia y una importante lista de historias de éxito.

4. ENISA:

Enisa es la institución pública de referencia para el apoyo a la iniciativa empresarial en España, del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, que proporciona instrumentos adaptados a las necesidades de las empresas.



5. LINEAS ICO 2019:

Desde su lanzamiento, hace más de 25 años, las Líneas ICO se han consolidado como una de las fórmulas de financiación más eficaces para atender la demanda de crédito de las empresas españolas.

4.3.3 Polonia

En Polonia hay muchos organismos públicos y privados que ayudan a los jóvenes empresarios a poner en marcha sus empresas, especialmente en los ámbitos de la entrada en el mercado, el análisis de la información y el apoyo financiero.



1. MINISTERSTWO INWESTYCJI I ROZWOJU:

Un organismo público, del gobierno, que ayuda con la recaudación de fondos e inversiones y proporciona toda la información y apoyo financiero oficial de la UE.

2. BANK GOSPODARSTWA KRAJOWEGO:

Un organismo público que ayuda con programas como "First business" y "Wsparcie na starcie" dedicado a los estudiantes, graduados y jóvenes desempleados. Ofrecen préstamos de bajo porcentaje para iniciar nuevos negocios.

3. POLSKA AGENCJA INWESTYCJI I HANDLU:

Un organismo público que ayuda a los jóvenes que regresaron a Polonia de su trabajo en el extranjero o que lo dejaron, y que quieren utilizar su experiencia internacional para iniciar y dirigir el negocio en Polonia. La agencia les ayuda a iniciar un negocio de inversión, la cooperación y el apoyo de los consultores y expertos de Zagranicznych Biur Handlowych (ZBH) y también participa en el gran proyecto "Polskie Mosty Technologiczne."

4. POLSKA AGENCJA ROZWOJU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI:

Organismo público que dirige los Puntos de Asesoramiento en todas las voivodías/regiones de Polonia, donde los expertos proporcionan a los asesores la ayuda necesaria.

5. AKADEMICKIE INKUBATORY PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

Órgano universitario, que es una iniciativa para los jóvenes polacos (estudiantes, grouted). Ofrecen apoyo y servicios innovadores.

4.3.4 Turquía

Ya existen numerosos programas de apoyo para los empresarios en Turquía. El gobierno turco y otras instituciones públicas han hecho un buen trabajo en el establecimiento del marco para el ecosistema empresarial de Turquía.

Ministerio de Industria y Tecnología de Turquía apoya a los parques tecnológicos y proporciona capital inicial para los empresarios a través del "Programa de Subvenciones para la Tecno-Empresa".

Consejo de Investigaciones Científicas y Tecnológicas de Turquía (TUBITAK) es otro organismo gubernamental que concede subvenciones, subsidios y otros incentivos a los empresarios. Fomenta la investigación y el desarrollo.

La Fundación de Investigación de Política Económica de Turquía (TEPAV) es un grupo de expertos en cuestiones económicas. Se ha asociado con el Programa de Empresariado Global del Departamento de Estado de los Estados Unidos para proporcionar una plataforma para que los empresarios turcos se relacionen con los empresarios y financiadores estadounidenses.

Organización para el Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa (KOSGEB) proporciona subvenciones a los jóvenes que quieren establecer sus propias iniciativas después de un programa de formación de 70 horas para desarrollar el conocimiento y las habilidades empresariales en la creación y ejecución de negocios, y recompensar los planes de negocio / modelos de negocio exitosos.

Lo más impresionante es el independiente **Fundación Turca de Desarrollo Tecnológico (TTGV)**, que se estableció en 1991 como parte de un acuerdo de préstamo del Banco Mundial con Ankara. Ha apoyado "actividades de innovación tecnológica en Turquía", proporcionando 300 millones de dólares a 950 proyectos, en su mayoría de investigación y desarrollo, llevados a cabo por 800 empresas. El TTGV también contribuyó a la creación de empresas de inversión, İŞ GİRİŞİMLERİ (Iniciativas empresariales) y TURKVEN, que se pusieron en marcha en 2000 y han hecho inversiones combinadas de más de 3.500 millones de dólares. Esto ha sentado las bases para que el capital de riesgo turco.

Incubadoras y aceleradores: Otra forma de organización apoyada por el KOSGEB con el fin de acelerar y sistematizar este proceso mediante la prestación de un apoyo integral para el establecimiento de empresas exitosas se denomina Centros de Desarrollo Empresarial (İŞGEM). Además de İŞGEM, Turquía es actualmente sede de 20 incubadoras y aceleradoras. Algunas de estas incubadoras y aceleradoras son las filiales locales de ONG internacionales, como Startup Labs. Otras varían desde formar parte de una universidad, como el Parque Cibernético de Bilkent, hasta organizaciones privadas como E-tohum(E-Seed). Endeavor, una organización no gubernamental internacional que apoya y ayuda a los empresarios eficaces, también tiene una oficina en Turquía



Universidades: Casi todas las universidades turcas se centran en el espíritu empresarial de alguna manera. Las universidades proporcionan zonas de desarrollo tecnológico y aceleradores para apoyar a los empresarios en todas las etapas. Las Zonas de Desarrollo Tecnológico ofrecen un entorno adecuado y oportunidades para que los jóvenes empresarios desarrollen y comercialicen tecnologías. Los aceleradores en las universidades llevan a cabo varios programas para las empresas y los empresarios bajo su techo. Proporcionan los servicios de Incubación de la etapa inicial para los jóvenes empresarios que quieren convertir sus ideas en productos o servicios comercializables. Algunos de los ejemplos de aceleradores que apoyan a los empresarios en el proceso de establecimiento y crecimiento son: ITU Seed (Arı Çekirdek(Bee core)), Enkuba, Embriyonix, E-tohum(E-seed), Endeavor, The Fit Startup Factory (Girişim Fabrikası), Inovent.

Los Centros de Emprendimiento actúan como un centro de incubación para los jóvenes emprendedores y tecno-empresarios. Los centros organizan diversas actividades para apoyar las ideas empresariales y facilitar el logro de los objetivos empresariales. Los centros están equipados con el equipo necesario y la infraestructura tecnológica. Con el fin de servir bien a los empresarios, hay lugares de oficina estándar para cada uno y servicios electrónicos básicos, tales como, conexión a Internet, servidor web, o computadoras portátiles y de escritorio.

4.4. Oportunidades de financiación

4.3.1 Grecia

ESPA (ΕΣΠΑ): La ESPA constituye el principal plan estratégico de crecimiento de Grecia con la contribución de importantes recursos procedentes de los Fondos Estructurales y de Inversión Europeos (ESIF) de la Unión Europea. ESPA anuncia programas de financiación empresarial relacionados con muchos campos diferentes.

Website: <https://www.espa.gr>

The ESPA funding [list!](#)

The [Startup funding programme](#) of ESPA!

OAED (ΟΑΕΔ): El Servicio Nacional de Empleo ofrece programas de financiación a los jóvenes en un período de tiempo determinado, pero se necesitan requisitos como certificados/seminarios o tarjeta de desempleo.

Website: <http://www.oad.gr/>

The [Youth Entrepreneurship programme](#) of OAED!



Eurobank: EGG (Enter-Go-EGG) objetivos del programa de financiación sobre la capacidad empresarial de los jóvenes.

The [EGG programme](#) of Eurobank!

OpenFund: Búsqueda privada (e.g startups, youth)

Website: <http://www.theopenfund.com/>

4.3.2 España

1. El Ministerio de Trabajo, Migración y Seguridad Social ha elaborado un Plan de choque por el empleo joven (2019-2021) en el que se enmarca específicamente una estrategia de fomento del espíritu empresarial entre los jóvenes. Los principales objetivos de esta estrategia son apoyar a las organizaciones en las siguientes esferas clave:

- Economía social
- Empresas emergentes e incubadoras de empresas
- Organizaciones intersectoriales de trabajadores autónomos.

2. El Instituto de la Juventud (Injuve), desarrolla el Programa de Microcréditos para Jóvenes, ofreciendo fondos en forma de microcréditos para jóvenes emprendedores de hasta 35 años de edad, permitiendo la concesión de préstamos sin ningún tipo de garantía.

3. Emprendedores.gva es la plataforma que la Generalitat, a disposición de las personas que quieran emprender, recoge toda la información que puede ser útil para desarrollar y poner en marcha su idea de negocio y proyecto empresarial.

Una opción diferente para la financiación:

- Grupo AXIS ICO (bajo el Ministerio de Economía y Negocios)
- ENISA - Empresa Nacional de Innovación S.A. (dependiente del Ministerio de Economía y Comercio)
- ICEX-Invest in Spain (dependiente del MINCOTUR).
- RED.ES (dependiente del Ministerio de Economía y Empresa).



- IDAE - Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (dependiente del Ministerio de la Transición Ecológica).
- CERSA - Sociedad Española de Garantía S.A.
- CDTI - Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial (dependiente del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades).
- Fundación Tripartita para la formación en el empleo (dependiente del Ministerio de Trabajo, Migración y Seguridad Social).
- CESGAR - Confederación Española de Sociedades de Garantía Recíproca.

4.3.3 Polonia

La principal institución financiera de apoyo es el Banco Gospodarstwa Krajowego. Esa institución pública, gubernamental, proporcionó la recaudación de fondos y el apoyo financiero para los jóvenes empresarios. A pesar de los organismos gubernamentales y públicos en Polonia son muy populares los programas de financiación ofrecidos por la AIP y los Business Angels, que son los organismos e inversores privados que invierten sus propios excedentes financieros en nuevas y prometedoras empresas. Gracias a la inyección de capital, pueden rápidamente (en un plazo de 2 a 4 años) desplegar sus alas, dando al inversor un alto incremento en el valor de sus acciones. El otro apoyo financiero es ofrecido por los Fondos de Garantía de Crédito, que son instituciones sin fines de lucro. Proporcionan ayuda financiera en forma de garantías para pequeñas empresas de desarrollo que no tienen suficiente historial de crédito o garantía requerida por el banco. La garantía puede ser otorgada para préstamos y créditos, incluyendo el inicio o la expansión de su negocio.

Siendo la parte de la UE de Polonia también, obtener apoyo para el programa de fundación de la Unión Europea que se gestiona y se extiende por la institución gubernamental en una variedad de programas que están disponibles y transparentes para la vista del público.



4.3.4 Turquía

Turquía ofrece un entorno bastante sofisticado para los jóvenes empresarios. La iniciativa empresarial de los jóvenes a nivel nacional cuenta con el apoyo de diversos instrumentos de política. En particular, hay diferentes tipos de mecanismos de apoyo gubernamental proporcionados por la Organización para el Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa (KOSGEB), el Ministerio de Ciencia, Industria y Tecnología y el Consejo de Investigación Científica y Tecnológica de Turquía (TUBITAK), los organismos de desarrollo regional y el Organismo de Empleo de Turquía (İŞKUR). Sin embargo, hay capital de riesgo, inversores ángeles y varias otras oportunidades de apoyo.



Organización para el Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa (KOSGEB): Se imparten cursos de formación empresarial, apoyo financiero para el equipamiento de maquinaria, tutoría y entrenamiento empresarial para empresarios tradicionales y empresarios avanzados. Los objetivos de los programas son aumentar la información y la capacidad de los empresarios en materia de establecimiento y mantenimiento de empresas; premiar los planes y modelos empresariales exitosos; aumentar la cooperación entre los agentes que intervienen en el ecosistema empresarial; proporcionar estructuras de creación que contribuyan a aumentar la tasa de supervivencia de las empresas de reciente creación y facilitar el establecimiento de nuevas empresas dentro de la línea de los planes y programas nacionales. La KOSGEB, que apoya financieramente a los nuevos empresarios, les otorga un certificado de capacidad empresarial a través de cursos de capacitación empresarial en cooperación con instituciones. Otorga hasta el 50% a los empresarios que presentan proyectos adecuados. También ofrece orientación a las pequeñas y medianas empresas y les proporciona apoyo financiero para aumentar sus tasas de supervivencia.

Organismos de desarrollo regional: Proporcionan apoyo financiero a las empresas de reciente creación para el suministro de equipo de maquinaria, capacitación y consultoría (marca, exportación, comercio exterior, institucionalización, etc.), software y hardware, y sistemas de gestión de la calidad. Además, prestan apoyo financiero y técnico para el desarrollo de las infraestructuras físicas y humanas de las instituciones intermediarias (centros empresariales, organizaciones no gubernamentales, universidades, etc.) que operan para los empresarios.

Agencia de Empleo de Turquía (İŞKUR): Se imparten cursos de formación empresarial. Se proporciona apoyo para los gastos de puesta en marcha (hasta 3.000 TL (liras turcas)), apoyo para los gastos de funcionamiento (hasta 11.000 TL) y apoyo para el establecimiento (hasta 36.000 TL) para las personas discapacitadas que quieran iniciar su propio negocio. También proporciona "apoyo para el establecimiento" a los reclusos que quieren iniciar su propio negocio hasta 15 veces el salario mínimo bruto.

El Ministerio de Alimentación, Agricultura y Ganadería: El Ministerio concede subvenciones de hasta 30.000 liras turcas para proyectos de producción de productos agrícolas locales, vegetales y animales, así como de plantas medicinales y aromáticas, que serán ejecutados por jóvenes agricultores rurales, a fin de apoyar los proyectos de producción agrícola en las zonas rurales que contribuirán al empleo de la población rural joven, al desarrollo de recursos de ingresos alternativos, a la mejora del nivel de ingresos, al apoyo a la iniciativa empresarial de los jóvenes agricultores y a la garantía de la sostenibilidad de la agricultura..

CAPITALES DE RIESGO:

500 Startups İstanbul: Es una compañía de inversión en la fase inicial que invierte en todas las empresas de talento que van desde las tecnologías financieras a las iniciativas de salud, de la publicidad / comercialización a la cadena de bloques.

Boğaziçi Ventures: Invierten en productos orientados a la tecnología, productos/servicios digitales, grandes datos, inteligencia artificial de aprendizaje automático, tecnología de juegos, cadena de bloques, FinTech, InsureTech.

Inovent: Es la primera empresa de comercialización de tecnología/acelerador y fondo de semillas de Turquía, fundada por la Universidad de Sabanci en 2006. Inovent gestiona la comercialización de las primeras tecnologías, con especial atención a la iniciativa empresarial basada en la academia, y se centra en la creación de empresas universitarias establecidas por académicos y/o estudiantes.

Inventram: Es una compañía de inversiones de alta tecnología que fue fundada con la asociación del Grupo Koç y Mitsui & Co. Invierte en muchas áreas de alta tecnología e innovación, incluyendo el Internet de las Cosas y los Sensores, Tecnologías Robóticas, Biotecnología, Nanotecnología, Inteligencia Artificial, Grandes Datos y Sistemas de Nube, Tecnologías Automotrices, Electrónica y Consumo Duradero, Tecnologías de la Industria de la Defensa. Su objetivo es comercializar modelos de negocio precisos con tecnologías disruptivas.

KOBİ Venture Capital Investment Trust Inc.: Invierten en empresarios que creen que devolverán su inversión en un plazo de 5 a 6 años, con un porcentaje de participación del 49 por ciento como empresa conjunta. Teniendo en cuenta las demandas de las empresas solicitadas, invierten un promedio de 250 mil dólares de EE.UU. para los proyectos iniciales, al menos 500 mil dólares de EE.UU. para proyectos de TI, al menos 1 millón de dólares de EE.UU. y como máximo 5 millones de dólares de EE.UU. para otros sectores.

Fundación Turca para el Desarrollo de la Tecnología (TTGV): Invierten en empresas de tecnología en las etapas iniciales y de crecimiento. Proveen apoyo financiero para inversiones tecnológicas a través de sus programas como el Programa de Inversión en Exploración, el Programa de Acceso a Inversiones en el Mercado (HIT), el Programa de Apoyo a Proyectos de Tecnología Verde (YETEP), etc..

Además de ellos, hay otros capitales de riesgo como 212 VC, ACT, Revo, Pioneer Venture Capital Investment Trust Inc., Akportföy, Bosphorist Technology Fund, Young Turk Ventures, Ilab Ventures, etc..

INVERSIONISTAS ÁNGELES:

Red de inversores Endeavor Angel: Proporcionan apoyo en las esferas de la tutoría y el desarrollo empresarial, la capacitación, la consultoría, los recursos humanos, el establecimiento de redes, el acceso a la financiación para empresas que han estado funcionando durante al menos un año, están en la etapa de crecimiento independientemente del sector, tienen un enfoque innovador, tienen potencial de crecimiento y se ha determinado que son aptas para la inversión con el apoyo de sus resultados anteriores.

Keiretsu Forum Angel Investor Network: Proporcionar la oportunidad de invertir y ser mentor de un grupo de inversores de élite, acceder a fondos y recursos mundiales y examinar las mejores prácticas en el Valle del Silicio para los empresarios que han superado las etapas de sus ideas, establecido sus empresas y proporcionado su financiación básica con sus propios recursos.

LABX: Es una red de inversión ángel establecida para apoyar a los empresarios que tienen una idea de negocio y necesitan apoyo de capital.

Además de ellos, hay otros inversores ángeles como BUBA Angel Investment Network, Galata Business Angels, E-Seed, BIC Angels Investment, Business Angels Association of Turkey, TEB Private Angel Investment Platform y así sucesivamente..

OTROS:

ITU Tekno Arikent: Proporciona áreas comunes de uso, capacitación, tutoría, creación de redes y apoyo financiero para los primeros y avanzados empresarios que necesitan I+D y desarrollo de infraestructura tecnológica basada en la innovación a través de los programas ITU Core, ITU Magnet e Innogate.

Tech-Invest TR: Se trata de un programa TÜBİTAK que tiene por objeto apoyar a las OTT, las TGB y los inversores calificados que invierten en los fondos de capital de riesgo para empresas tecnológicas en fase inicial a escala de las PYMES, a fin de obtener el capital que necesitarán en el proceso de comercialización de sus productos y tecnologías resultantes de las actividades de I+D e innovación..

Venture Factory: Este es el primer programa de aceleración de negocios de Turquía, implementado bajo los auspicios de la Universidad Özyeğin. Se trata de un programa de aceleración empresarial que ayuda a los empresarios que desean crear empresas sostenibles de alto potencial basadas en la tecnología a poner a prueba sus ideas empresariales con metodologías de puesta en marcha y

desarrollo de clientes en el menor tiempo posible y con una actividad mínima, y a apoyarlas con capacitación, infraestructura, mentores y una amplia red de negocios.

MIT Enterprise Forum: Organiza concursos destinados a alentar a los jóvenes y a los que quieren iniciar su propio negocio, y premia las ideas de negocios que produzcan soluciones innovadoras.

Turkey Grameen Microfinance Program: Proporcionan un pequeño apoyo de capital sin hipoteca, garante, sin garantía para las mujeres que quieren iniciar su propio negocio, tiene un ingreso bajo, no puede obtener un préstamo bancario. Se debe formar un grupo de cinco mujeres con una idea de negocio. El primer préstamo puede ser de hasta 1.000 TL.

4.3.4 Alrededor del mundo

Fundación para el Desarrollo de África

La Fundación de los Estados Unidos para el Desarrollo de África (USADF) es un organismo gubernamental independiente de los Estados Unidos establecido por el Congreso para invertir en organizaciones de base, empresarios y pequeñas y medianas empresas de África. Las inversiones de la USADF promueven el desarrollo económico local mediante el aumento de los ingresos, las rentas y los puestos de trabajo, y la creación de vías hacia la prosperidad para las poblaciones marginadas y las comunidades desatendidas.

Utilizando un enfoque de desarrollo dirigido por la comunidad, el FNUDC proporciona capital inicial y asistencia para la gestión de proyectos locales que mejoran las vidas y repercuten en los medios de subsistencia, al tiempo que aborda algunos de los mayores problemas de África en relación con la inseguridad alimentaria, el acceso insuficiente a la energía y el desempleo, en particular entre las mujeres y los jóvenes.

En los últimos cinco años, en toda África, con especial hincapié en las regiones del Cuerno de África, el Sahel y los Grandes Lagos, el FNUDC ha invertido más de 114 millones de dólares directamente en más de 1.000 entidades de propiedad y gestión africanas y ha tenido repercusiones en más de cuatro millones de vidas..

Para más información, por favor visite:

<http://www.usadf.gov>

El programa de la Incubadora de Halcyon / USA

El programa de la Incubadora de Halcyon equipa a los empresarios sociales de las primeras etapas con el apoyo que necesitan para transformar las ideas audaces en emprendimientos escalables y sostenibles. Lo hacen proporcionando tres cosas: espacio, comunidad y acceso.

Espacio - La Incubadora Halcyon fue fundada para asegurar que todos los emprendedores sociales, independientemente de su situación económica, puedan tener éxito. Te dan espacio físico y mental, para que puedas enfocar más de tu energía en tu emprendimiento y lograr tu máximo potencial.

La Incubadora Halcyon construye una comunidad de apoyo alrededor de los becarios a través de nuestro programa residencial único, una extensa comunidad de becarios post-residencia, y una sólida red de mentores y asesores de clase mundial. Estos mentores y asesores son empresarios experimentados, hacedores de cambio experimentados, y líderes de todos los sectores.

Acceso - Usted necesita un ecosistema para construir, crecer y sostener una empresa social. La Incubadora Halcyon conecta a los empresarios con socios clave para asesorar y apoyar directamente los emprendimientos de los Fellows y proporcionar una exposición crucial.

Criteria

Para ser elegible para la Incubadora de Halcyon, usted:

- Debe ser el CEO o el principal responsable de la toma de decisiones para el desarrollo y la gestión de la empresa
- Debe ser capaz de comprometerse a tiempo completo para trabajar en la empresa durante la fase de residencia del 8 de septiembre de 2020 al 15 de enero de 2021
- Debe poder posponer cualquier trabajo de curso de licenciatura o de posgrado durante la fase de residencia
- Ya debe vivir o trabajar en los Estados Unidos o ser capaz de obtener un visado para la fase de residencia
- Debe hablar inglés con fluidez
- Debe tener al menos 21 años de edad al comienzo del programa

Para más información, por favor visite:

<https://halcyonhouse.org/incubator/apply>

El Programa de Acelerador YGAP / Bangladesh

El Programa de Acelerador de ygap es una poderosa oportunidad para los apasionados empresarios de impacto en Bangladesh que se encuentran en las primeras etapas de la creación de empresas y organizaciones con el fin de cambiar la vida de los habitantes.

Attend The Ygap Accelerator – Un taller intensivo en vivo de cinco días en Dhaka donde los solicitantes se unen a un pequeño grupo de empresarios del Ygap y acceden a una formación empresarial de primera clase diseñada para ayudarles a centrar su negocio y acelerar el crecimiento de su empresa.

Access The Ygap Support Network – Más allá del acelerador, los solicitantes reciben capacitación y apoyo continuos de ygap y los pone en contacto con expertos y profesionales que pueden ayudarlos en el lanzamiento y el crecimiento de su negocio. En concreto, les proporciona 6 meses de acceso a diseñadores gráficos, creadores de sitios web, entrenadores empresariales, mentores, asistentes de investigación, abogados y contables (todos ellos súper útiles para su empresa). La empresa del solicitante también tiene la oportunidad de solicitar continuamente pequeñas subvenciones (hasta 60.000 BDT) para ayudarles a superar las barreras y probar ideas para aumentar el impacto o la sostenibilidad de su empresa..

Access Growth Support & Connections – Los mejores empresarios del ygap pasan a la fase de crecimiento, en la que se proporciona un mayor apoyo para ayudar a los solicitantes a hacer crecer un modelo que ha demostrado su eficacia en la fase inicial. A este nivel los solicitantes pueden acceder a rondas de financiación más grandes, de más de 10.000 dólares australianos (normalmente 25.000 dólares), están conectados directamente con sus socios inversores y su equipo trabaja estrechamente con ellos para elaborar estrategias específicas que les ayuden a aumentar drásticamente su impacto y sostenibilidad.

Criterios de elegibilidad

Están buscando a startups de Bangladesh que:

Ya han puesto en marcha una empresa que está marcando la diferencia en la vida de los bangladeshíes (mejorando la educación, la salud, los hogares o creando buenos empleos).

Quieren ampliar su empresa para impactar a muchas más personas.

Cómo solicitarlo

Los solicitantes pueden hacer la solicitud en línea a través de un sitio web determinado.

Para más información, por favor visite

<https://ygap.org/bangladesh/>

Sueños para un mundo mejor Subvenciones para empresas / Australia

Sueñen en grande y los solicitantes podrían recibir una subvención para ayudar a su empresa a abordar cuestiones locales como la asequibilidad de la vivienda, el desempleo, la sostenibilidad, las cuestiones de salud mental o incluso ayudar a impulsar su economía local. Mientras el sueño de los solicitantes tenga un impacto positivo directo en una comunidad australiana, la fundación quiere saber de ellos.

Los solicitantes tienen la oportunidad de recibir hasta 10.000 dólares y ayudar a financiar un proyecto o una solución innovadora que aborde un problema social en su comunidad local..

Criterios de elegibilidad

Si los solicitantes reúnen los requisitos, sus sueños deben tener como objetivo abordar un problema local o social en las comunidades australianas, y la empresa que recibe la subvención también debe serlo:

- ✓ una empresa australiana registrada
- ✓ con sede en Australia y los fondos se gastan en Australia
- ✓ una pequeña o mediana empresa con menos de 200 empleados
- ✓ que se puede llevar a cabo en los próximos 12 meses

Si el sueño del solicitante es preseleccionado entre los 10 primeros, su empresa también debe proporcionar documentos que validen la viabilidad de la empresa.

Sunsuper's Dreams for a Better World está abierto a todos los residentes australianos de 18 años o más en el momento de la entrada.

Cómo solicitarlo

Los solicitantes pueden solicitarlo a través del sitio web de give.

Para más información, por favor visite

<https://dreamsforabetterworld.com.au/business-grants>

Llamada a la incubación en a-IDEA / India

a-IDEA, la Incubadora de Empresas Tecnológicas de NAARM está encantada de buscar solicitudes de empresas innovadoras del sector agrícola, aliadas y de biotecnología agrícola para inscribirse en el apoyo a la incubación.

El objetivo es ayudar a las empresas de nueva creación a construir su idea, prototipo o empresa a través de la tutoría tecnológica, la validación, el apoyo a la propiedad intelectual, la estrategia de marketing, la creación de equipos, el asesoramiento para la recaudación de fondos, etc.

a-IDEA es una incubadora centrada en la agricultura para apoyar a las empresas incipientes en los sectores de la agricultura, los aliados y la biotecnología agrícola. Es una incubadora ubicada en ICAR-NAARM, apoyada por el DST, GoI, una incubadora reconocida en el marco de la Startup India Initiative. a-IDEA ha sido galardonada con el Premio Nacional para la Incubadora de Empresas de Tecnología Emergente en 2017 por el DST, GoI.

a-IDEA fomenta y presta apoyo a las empresas de nueva creación en las etapas iniciales y críticas de una nueva empresa de nueva creación mediante el apoyo y la tutoría de incubación personalizada y específica.

Lo que ofrece A-IDEA

- ✓ Mentores de tecnología y acceso a científicos agrícolas, validación de tecnología y acceso a I+D en la red de institutos de investigación.
- ✓ Servicios de apoyo empresarial en materia jurídica, financiera, de derechos de propiedad intelectual y de cumplimiento de la secretaría.
- ✓ Startup- Conexiones corporativas para sinergias de negocios, acceso a mercados
- ✓ Acceso a bases de datos, foros y visibilidad institucionales.
- ✓ Aprovechamiento de una gama de nuevas empresas en 20 sectores de la cadena de valor de la agricultura (de la granja a la mesa).
- ✓ Acceso a inversores, incluyendo subvenciones del gobierno, fondos de semillas, HNI's, redes de ángeles y capitales de riesgo.

Criterios de elegibilidad

Se invita a los empresarios que se centran en la creación de soluciones innovadoras en los sectores de la agricultura, los aliados y la biotecnología agrícola a que soliciten el programa de incubación, si tienen

1. Una idea/puesta en marcha de la etapa inicial
2. Búsqueda de acceso al mercado
3. Buscando Mentor & Servicios de apoyo
4. Buscando asesoramiento de inversión

Cómo solicitarlo

Los solicitantes pueden presentar su solicitud a través de un sitio web determinado.

Para más información, por favor visite

<https://aidea.naarm.org.in/call-for-incubation/>

El Torneo de Innovación Social / Luxembourg

El Torneo de Innovación Social reconoce y apoya a los mejores emprendedores sociales europeos. Promueve ideas innovadoras y recompensa las iniciativas que contribuyen a crear un impacto social, ético o ambiental. Normalmente, cubre proyectos en las áreas de educación, salud, medio ambiente, economía circular, inclusión, creación de empleo, envejecimiento y muchos más.

Todos los proyectos compiten por los premios de la Categoría General y de la Categoría Especial 1 y 2, de 50 000 y 20 000 euros respectivamente. En 2020, los Premios de la Categoría Especial se destinarán a proyectos centrados en el medio ambiente (con especial énfasis en la conservación de la biodiversidad y los ecosistemas). Se seleccionarán dos proyectos para asistir al programa de Empresariado Social del INSEAD en Fontainebleau, Francia.

Los premios son otorgados por un jurado de especialistas del mundo académico y empresarial.

El torneo se desarrolla en dos rondas. Un comité de selección, compuesto principalmente por expertos del Grupo BEI en innovación, medio ambiente y otras disciplinas relevantes, selecciona 15 finalistas. Los finalistas participan en un programa de formación a medida (Mentoring Bootcamp, e-training on pitching, sesiones de entrenamiento individual) para proporcionarles la orientación necesaria para ultimar sus propuestas y prepararlas para el evento final en el que todos los finalistas tienen que presentar y defender su proyecto ante un jurado de especialistas en innovación social.

Criterios de elegibilidad

El Torneo del Instituto BEI responde a la considerable necesidad de hacer mayor hincapié en la Innovación Social y tiene por objeto atraer el interés de las organizaciones con y sin fines de lucro, principalmente de los jóvenes empresarios y las empresas sociales, los departamentos de responsabilidad empresarial de las empresas del sector privado de cualquier tamaño, las ONG y las entidades gubernamentales o de gobierno local y las comunidades universitarias. También son bienvenidas las propuestas de equipos de estudiantes.

Cómo solicitarlo

Los solicitantes interesados pueden presentar su solicitud en línea a través de un sitio web determinado.

Para más información, por favor visite:

<https://institute.eib.org/whatwedo/social-2-2/social-innovation-tournament-2/>

Programa de empresarios de tecnología y líderes empresariales del Asia sudoriental / New Zealand

La Fundación Asia Nueva Zelanda y el Ministerio de Asuntos Exteriores y Comercio de Nueva Zelanda ofrecen a entre seis y ocho jóvenes empresarios de tecnología y líderes empresariales del sudeste asiático la posibilidad de visitar Nueva Zelanda.

El programa de una semana de duración dará a los participantes una comprensión del sector tecnológico de Nueva Zelanda y les permitirá asistir a la Techweek 19 en Auckland.

Beneficios

La Fundación Asia Nueva Zelandia financiará los gastos de los solicitantes seleccionados, incluidos un pasaje aéreo de ida y vuelta en clase turista, el transporte nacional, el alojamiento y el seguro, así como la mayoría de las comidas y los gastos varios.

Los participantes tendrán que cubrir sus propios gastos

Proceso de selección

Las solicitudes serán evaluadas por la Embajada o la Alta Comisión de Nueva Zelandia correspondiente. Los candidatos preseleccionados serán entrevistados en persona o a través de Skype. En Nueva Zelandia, un panel compuesto por la Fundación Asia Nueva Zelandia y expertos relevantes consultarán con los puestos en el extranjero para tomar una decisión final.

Cómo solicitarlo

Los solicitantes pueden presentar su solicitud en la dirección que figura en el sitio web.

For more information, please visit

<https://www.asianz.org.nz/entrepreneurship/nz-visit-for-southeast-asian-tech-entrepreneurs-and-business-leaders/>

Premio Anzisha para jóvenes empresarios africanos / South Africa

El Programa Anzisha es una asociación entre la Academia Africana de Liderazgo y la Fundación Mastercard que tiene por objeto aumentar de manera fundamental y significativa el número de empresarios generadores de empleo en África.

Información sobre el premio

Este es el valor de las becas que los solicitantes formarán parte, si ganan - Inversión adicional de 8.000\$/ 10.000\$ en cada beca

Criterios de elegibilidad

Los solicitantes deben tener entre 15 y 22 años de edad y presentar un documento de identidad o pasaporte como prueba.

Los solicitantes deben ser nacionales de un país africano con una empresa con sede en África para clientes/beneficiarios africanos.

Su negocio debe estar en marcha. El Premio Anzisha no es para grandes ideas o planes de negocios - los solicitantes deben haber empezado ya, y ser capaces de demostrarlo! Los solicitantes tienen tiempo para empezar ahora y tener resultados tangibles que compartir antes de que se abran las solicitudes.

Su negocio, invento o proyecto social puede ser en cualquier campo o industria (ciencia y tecnología, sociedad civil, arte y cultura, deportes, etc.). Cualquier tipo de empresa es bienvenida para solicitarla.

Las personas que presenten su candidatura deben ser uno de los miembros fundadores de una empresa (por ejemplo, 2 ó 3 cofundadores que hayan iniciado una empresa juntos).

Cómo solicitarlo

Los solicitantes pueden presentar su solicitud en línea a través de un sitio web determinado.

Para más información, por favor visite

<http://www.anzishaprize.org/apply/>

FT/IFC Premios Empresariales de Transformación

El Financial Times y la Corporación Financiera Internacional (CFI), miembro del Grupo del Banco Mundial, han lanzado la sexta edición de los Premios a la Transformación Empresarial FT/IFC.

El programa de este año (2020) marca 15 años de colaboración entre el Financial Times y la Corporación Financiera Internacional en premios que han tenido un impacto sustancial en la forma en que las organizaciones financieras y no financieras abordan la inversión sostenible. Los premios ponen de relieve soluciones innovadoras y a largo plazo del sector privado para las principales cuestiones de desarrollo, y las categorías principales están directamente relacionadas con los esfuerzos mundiales para alcanzar los objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas. Los ganadores serán anunciados en una cena especial en Londres el 8 de octubre, precedida por la FT/IFC Transformational Business Conference, una importante reunión de líderes de pensamiento que explorarán y debatirán las cuestiones generadas por los Premios.

Categorías

- Soluciones de transformación en la infraestructura urbana
- Soluciones de transformación en alimentos, agua y tierra
- Soluciones de transformación en salud, bienestar y prevención de enfermedades
- Soluciones de transformación en la educación, el conocimiento y las habilidades
- Premio especial: Innovando para la Discapacidad

Los ganadores de los siguientes Premios Globales serán seleccionados por su estimado panel de jueces de entre los preseleccionados para las categorías básicas mencionadas:

1. Premio general: Excelencia en tecnologías disruptivas
2. Premio general: Excelencia en soluciones climáticas
3. Premio general: Excelencia en Finanzas Transformadoras
4. Premio general: Excelencia en negocios de transformación

Criterios de elegibilidad

El programa está abierto a todas las organizaciones financieras y no financieras del sector privado. Se alienta a las empresas de nueva creación con soluciones innovadoras y una clara hoja de ruta para la sostenibilidad financiera a que presenten su solicitud.

Empresas del sector productivo, instituciones de inversión y empresas de asesoramiento que participan en proyectos que abordan los principales problemas de la urbanización, la tecnología y la sostenibilidad con respecto a las economías en desarrollo.

Cómo solicitarlo

Los solicitantes pueden presentar su solicitud a través de un sitio web determinado.

Para más información, por favor visite:

<https://live.ft.com/Events/2020/FT-IFC-Transformational-Business-Awards-2020>

Prueba rápida de conocimientos 4

Las pruebas de conocimiento, ayudarán a los alumnos a refrescar rápidamente lo que han aprendido en este módulo.

PREGUNTA 1

¿Qué es un plan de negocios?

PREGUNTA 2

¿Cuáles son las diferencias entre el plan de negocios y la hoja de ruta?

PREGUNTA 3

¿Con qué comienza la primera página de un buen plan de negocios?

PREGUNTA 4

¿Cuáles son las características de una buena idea de negocio?

PREGUNTA 5

¿Qué debería incluir un plan de negocios?

Actividades

Las actividades se preparan para que los educadores y profesores enseñen habilidades específicas a los participantes.

Actividad 1

MEJORAR SU CONOCIMIENTO EMPRESARIAL: ANALIZANDO LOS PERIÓDICOS

Introducción de la actividad

Una tarea basada en la investigación destinada a alentar a los jóvenes a considerar la actividad empresarial y a compartir información en grupo.

Explicación de la actividad

**Tiempo
previsto:
1 a 1 ½ horas**

MATERIALES NECESARIOS:

Periódico económico, portátiles para PowerPoint, bolígrafo y papel

Alcance

- Los participantes tendrán una visión clara de las actividades empresariales actuales en el mercado laboral
- Mejora de la capacidad de presentación y, de nuevo, una visión más amplia de las actividades empresariales actuales (visión más amplia debido a la información que reunió del otro grupo).

Plan didáctico

ASIGNACIÓN DE TIEMPO	SUB - ACTIVIDAD	MATERIAL
5 MINUTOS	Separa a los participantes en grupos de 2. Cada grupo recibe un periódico económico del instructor.	none
20 MINUTOS	En este periódico encontrará algunos artículos sobre el espíritu empresarial que le gustan. Mire los artículos interesantes en los que puede encontrar información útil para un posible negocio propio.	Periódico económico
30 MINUTOS	Lea los artículos elegidos y discútalos con otro grupo. ¿Qué encuentras interesante en este artículo y por qué lo has elegido?	ninguno
30 MINUTOS	Reúne alguna información interesante sobre los artículos elegidos y los artículos del otro grupo y haz una presentación (la presentación es opcional)	ordenador para powerpoint / bolígrafo y papel

Actividad 2

LA CREATIVIDAD Y LA BÚSQUEDA DE IDEAS

Introducción de la actividad

En esta actividad, los participantes se van a poner creativos. Van a encontrar ideas para su posible empresa, colocándose en un nuevo entorno y mirando a su alrededor.

Explicación de la actividad

**Tiempo
previsto:
1 hora**

MATERIALES NECESARIOS:

Un ambiente fuera del aula, pizarra y marcador de pizarra.

Alcance

Los participantes tendrán ideas para su propio negocio en su mente.

Plan didáctico

ASIGNACIÓN DE TIEMPO	SUB - ACTIVIDAD	MATERIAL
5 MINUTOS	Esta actividad se realiza en grupos de aproximadamente cuatro participantes (de tres a cinco), de manera que el grupo puede ser separado en grupos. Explique la tarea. Los individuos del grupo van a buscar ideas para un posible (imaginario) nuevo negocio. Tenga en cuenta que el negocio debe ser realista, pero los asuntos prácticos no tienen por qué hacerse realidad. ¡La tarea es sólo para encontrar ideas!	Ninguno
30 MINUTOS	¡La actividad está comenzando! El grupo debe imaginar que está desempleado. ¿Qué harían en este caso? ¿Cómo pueden servir a su mercado? Saliendo a la calle (caminando o en un bote, escogiendo una actividad) y estando en un ambiente diferente, el grupo obtendrá más ideas. Además, dejen que los individuos se comuniquen. Los participantes se retarán unos a otros para que se les ocurran más ideas.	Un ambiente fuera de la clase
15 MINUTOS	Es hora de volver a la clase. Pregunte a los estudiantes qué ideas se les ocurrieron y discútalas. Además, escríbalas en una pizarra. Los participantes también pueden aportar ideas que pueden ser convenientes más adelante en el curso de formación. Tengan cuidado de profundizar en el asunto. Generar ideas es sólo el objetivo de este ejercicio...	pizarra blanca y marcador de pizarra
10 MINUTOS	Discutir el proceso de crear y encontrar ideas. ¿Ayudó el nuevo entorno a encontrar ideas? ¿Fue fácil o a algunos participantes les resultó difícil encontrar ideas para una empresa propia mirando a su alrededor?	Ninguno

Referencias

1. European Commission (2012), Rethinking education: Investing in skills for better socioeconomic outcomes (COM)2012 669 Final
2. European Commission (2013), Entrepreneurship 2020 action plan: Reigniting the entrepreneurial spirit In Europe, (COM)2012 795 final
3. Council of the European Union (2014), Council conclusions on entrepreneurship in education and training, Education, Youth, Culture and Sport Council meeting Brussels, 12 December 2014
4. Burrell, I. (2014). London Fashion Week: How the internet has helped break the big name monopoly. The Independent [Online], available at <http://www.independent.co.uk/life-style/fashion/news/london-fashion-week-how-the-internet-has-helped-break-the-big-name-monopoly-9729905.html> , accessed on 15th Feb 2017.
5. Carroll, R. (2014). Silicon Valley's culture of failure ... and 'the walking dead' it leaves behind. The Guardian [Online], available at <https://www.theguardian.com/technology/2014/jun/28/silicon-valley-startup-failure-culture-success-myth> , accessed on 15th Feb 2017.
6. Fayolle, A. (2007: 38). Entrepreneurship and New Value Creation: The Dynamic of the Entrepreneurial Process. Cambridge University Press
7. Friend, G. and Zehle, S. (2009). The Economist Guide to Business Planning. Profile Books, 2nd Ed.
8. Harris, L. and Dennis, C. (2002). Marketing the e-Business. Routledge.
9. Hitt, M.; Ireland, R.D. and Hoskisson, R. (2014). Strategic Management: Concepts: Competitiveness and Globalization. Cengage learning, 11th Ed.
10. Langley, A. (1995). Between "Paralysis by Analysis" and "Extinction by Instinct". MIT Sloan Management Review [Online]. available at <http://sloanreview.mit.edu/article/between-paralysis-by-analysis-and-extinction-by-instinct/> , accessed on 15th Feb. 2017.
11. Magretta, J. (2002). Why business models matter? Harvard Business Review [online], available at <https://hbr.org/2002/05/why-business-models-matter> , accessed on 15th Feb 2017.

12. Ochieng, A. (2017). Afropreneurs: This Company Is Bringing Luxury African Fashion Under One Roof Online. OkayAfrica.com [Online], <http://www.okayafrica.com/style-2/afropreneurs-onychek-brings-luxury-african-fashion-online/> , accessed on 15th Feb 2017.
13. Roderick, L. (2017). Unilever responds to ‘return of nationalism’ with local products focus. MarketingWeek [Online] available at https://www.marketingweek.com/2017/01/26/unilever-responds-return-nationalism/?nocache=true&login_errors%5B0%5D=invalidcombo&lsnonce=e0028c4755&log=accountingclassroom%40gmail.com&rememberme=1&ct_58a2074692d55=58a2074692df6 , accessed on 15th Feb 2017.
14. Sachs, A. (2011). Q&A: Marc Ostrofsky on How He Got Rich ... ‘Click’. Time [Online], available at <http://business.time.com/2011/06/22/qa-marc-ostrofsky-on-how-he-got-rich-click/> , accessed on 15th Feb 2017.
15. Soloman, S.D. (2016). \$1 Billion for Dollar Shave Club: Why Every Company Should Worry. New York Times, 26th July 2016.
16. Sullivan, C. (2017). Rise in business rates favours online retailers over high street. Financial Times, 05 Feb. 2017. <https://www.ft.com/content/db336d84-ea09-11e6-967b-c88452263daf> , accessed on 15th Feb 2017.
17. Terlep, S. (2016). P&G’s Gillette Swipes at Harry’s in New Ad Campaign. The Wall Street Journal [Online], <https://www.wsj.com/articles/p-gs-gillette-swipes-at-harrys-in-new-ad-campaign-1481827836>, accessed on 15th Feb 2017.
18. The Economist (2014). Uber-competitive. The Economist, 20th Nov. 2014.
19. Wasserman, E. (n.d.). How to Write the Financial Section of a Business Plan. Inc.com [Online], available at <http://www.inc.com/guides/business-plan-financial-section.html> , accessed on 15th Feb 2017.
20. Whipp, L. (2017). Made-up men reflect changing face of male grooming. Financial Times, 05 Feb. 2017.



Imagen de unsplash.com

Tiempo
estimado de
lectura

50-60 minutos

MODULO 5.1

DESARROLLAR UN NEGOCIO EN UNA ZONA RURAL

SOCIO: Fundación Autokreacja

PROJECT 2018-2-TR01-KA205-060888
YOUTH ENTREPRENEURSHIP CURRICULUM



Propósito

El objetivo de este módulo es preparar a jóvenes empresarios de las zonas rurales, que conozcan los conceptos y técnicas de planificación y gestión estratégicas, los instrumentos de explotación y la comercialización y que tengan los conocimientos suficientes para aprovecharlos..

Resultados del Aprendizaje

En términos de **conocimiento**, el aprendiz sabrá:

- ✓ Dónde buscar asesoramiento y ayuda profesional antes de empezar el negocio.
- ✓ Técnicas de planificación y gestión estratégica.
- ✓ Herramientas operacionales.
- ✓ Fundamentos de la comercialización

En términos de **habilidades**, el aprendiz entenderá:

- ✓ Descubrir las necesidades.
- ✓ Pensando estratégicamente.
- ✓ Definir los objetivos.
- ✓ Planificación y organización
- ✓ La elaboración de planes de negocios sostenibles
- ✓ Definir las prioridades
- ✓ Monitorear el progreso
- ✓ Identificar los puntos fuertes y débiles

En términos de **competencias**, el aprendiz será capaz de:

- ✓ Encontrar ejemplos de grupos que se han beneficiado de la solución de un problema determinado.
- ✓ Explicar lo que es una visión y para qué sirve.

- ✓ Definir los objetivos a largo plazo derivados de la visión de su actividad de creación de valor
- ✓ Llevar a cabo un plan simple para las actividades de creación de valor.
- ✓ Desarrollar un modelo de negocio para su idea
- ✓ Priorizar los pasos básicos de una actividad de creación de valor
- ✓ Identificar los diferentes tipos de datos necesarios para vigilar el progreso de una simple actividad de creación de valor juzgando sus puntos fuertes y débiles y los de los demás en relación con las oportunidades de creación de valor

5.1. Dónde encontrar un asesoramiento profesional y ayuda antes de empezar su negocio?

Dirigir tu propio negocio puede parecer un gran momento para ser independiente, confiar en tus propias decisiones y hacer lo que te parezca correcto. Aunque puede ser cierto al principio, el entusiasmo inicial se desvanece después de varios fracasos. Es muy recomendable buscar asesoramiento profesional antes de iniciar un negocio. Evitarás los típicos errores y tendrás a alguien a quien dirigirte cuando te quedes atascado o confundido.

La promoción del espíritu emprendedor de los jóvenes es una dirección importante para muchas instituciones. Hay literalmente docenas de organizaciones listas para ayudarte y guiarte. Ten en cuenta que ninguna de ellas hará tu trabajo por ti. Tu primera tarea es encontrar las que están interesadas en hacer que tu negocio prospere..

Online

Use la palabra "emprendimiento" y su ubicación en el motor de búsqueda preferido. Las posibilidades son altas, puede encontrar una institución útil en su vecindario. Empieza por las calles donde vives/estudias/trabajas, luego escala a nivel regional, nacional y de la UE para descubrir todas las oportunidades. Lo que necesita buscar puede ser dividido en categorías como, pero no limitado a:

- Organizaciones no gubernamentales que trabajan con la juventud, la iniciativa empresarial y el desarrollo de negocios
- Instituciones de investigación y desarrollo
- Redes de jóvenes empresarios
- Asociaciones de apoyo a las empresas
- Asociaciones de su industria elegida
- Incubadoras de empresas

Estas instituciones podrían estar consultando a las PYMES a largo plazo o proporcionarles capacitación empresarial gratuita o con pago. Haga una lista de las organizaciones, más relevantes para usted y su negocio.

Offline

Si tiene acceso limitado a Internet, consulte en las bibliotecas los periódicos y revistas locales sobre la actividad empresarial para encontrar contactos de las organizaciones mencionadas anteriormente. Visite las agencias de empleo más cercanas y pídale que le informen sobre las oportunidades locales para las PYMES.

Red de contactos

A veces necesitarás gente no sólo para responder a tus preguntas, sino también para apreciar tus objetivos y compartir un punto de vista diferente sobre tus ideas. El apoyo de tus seres queridos es necesario para cualquier cosa que hagas en la vida, desde adquirir un nuevo hábito o comenzar una familia. Si te ayudan, es genial. En caso de que tengan prejuicios contra el espíritu empresarial, siempre puedes buscar el apoyo de personas con puntos de vista y valores compartidos. Encuentra tu "tribu" e, idealmente, un mentor.

Haz una lista de empresas privadas en tu área y trata de construir nuevas conexiones con sus líderes. Cada uno de ellos estuvo una vez en su lugar y es parte de la naturaleza humana compartir la experiencia con la generación más joven necesitada. Visítalos en sus oficinas o ponte en contacto en ferias locales y exposiciones temáticas.

Si no se siente lo suficientemente cómodo para hablar directamente con grandes empresarios de la región, pregunte a sus amigos y familiares si conocen a algún empresario. En primer lugar, puede que conozcan al VIP que buscas o a alguien que pueda ayudarte a concertar una cita. En segundo lugar, puede que conozcan a un empresario genial del que no hayas oído hablar o a alguien de quien puedas aprender de sus errores. Revisa el concepto de sesgo del sobreviviente para valorar el fracaso tanto como una historia de éxito.

En caso de emergencia

Asegúrate de saber con quién contactar si las cosas se ponen muy inseguras. Anote todos los problemas que puedan ocurrirle a usted y a su empresa y asegúrese de tener un número al que llamar en cualquiera de estos casos, ya sea una intoxicación alimentaria del empleado/cliente, una línea de alcantarillado obstruida, una avería en el coche del proveedor o un helicóptero si su región se inunda mucho, un ciberataque, etc. Si no puedes pensar en nada de eso o no estás seguro de que tu lista esté completa, busca en Google "problemas con"/"emergencia en" + "tu tipo de negocio".



Imagen de jofreepik / freepik.com

5.2. Planificación y gestión estratégicas

Muchos propietarios de pequeñas empresas pueden creer que los planes estratégicos son sólo para corporaciones de miles de millones de dólares. Pero si aspiras a convertirte en uno de los grandes, necesitas un plan estratégico con pasos accionables que no sólo explique a dónde quieres ir sino que también describa cómo averiguar si estás en el camino correcto. Si quieres trabajar más inteligentemente, no sólo más duro, necesitas un plan estratégico.

Cómo planear?

Puedes escribir tu plan estratégico en el estilo que quieras. Sólo asegúrate de que tu plan aborde estos elementos clave:

Declaración de la misión

El propósito de una declaración de misión es proporcionar un breve resumen del propósito y el enfoque del negocio. Muchas declaraciones de misión identifican el tipo de negocio que son, los productos o servicios que venden, y/o el mercado objetivo y la base de clientes que buscan.

Ejemplos:

- **Amazon:** *Cuando Amazon se lanzó en 1995, fue con la misión de "ser la compañía más centrada en el cliente de la Tierra, donde los clientes pueden encontrar y descubrir cualquier cosa que quieran comprar en línea, y se esfuerza por ofrecer a sus clientes los precios más bajos posibles."*
- **American Express:** *Nuestra misión es ayudar a otros a cumplir la suya.*
- **Google:** *La misión de nuestra compañía es organizar la información del mundo y hacerla universalmente accesible y útil.*

Declaración de valores

Esto expone las creencias centrales de su compañía. Describen la moral, la ética y los ideales que son importantes para su empresa. Normalmente hay más de uno o dos, idealmente de 3 a 10. Su misión y visión responden a la pregunta, "¿Por qué?" pero sus valores responden a la pregunta, "¿Cómo?". Son un principio rector y no deben cambiar. Ejemplos: **Google**, **Starbucks**, **Netflix**

Ventaja competitiva

Esto establece lo que su negocio hace realmente bien y expone cómo su empresa supera a sus competidores. Despliega técnicas como SWOT o USP de la siguiente sección 5.3 de este módulo.

Declaración de la visión

Mientras que la misión describe el enfoque de su empresa y lo que hace, la visión de su empresa es su dirección e identifica lo que usted quiere que sea.

Para su equipo, establece la imagen de lo que el futuro parece para su empresa y los inspira para ayudar a conseguirlo. Para sus clientes, proporciona una imagen de lo que su empresa está trabajando y los invita a participar.

Al elaborar su declaración de visión, usted (y el equipo, si lo tiene) querrá hacer algunas preguntas importantes sobre el futuro, como:

- ¿Qué problemas quiere resolver nuestra empresa?
- ¿Cómo se ve el éxito futuro de nuestra empresa?
- ¿Cuántos empleados tendrá nuestra empresa?
- ¿Qué tan grande será nuestra base de clientes?
- ¿Nuestra visión está alineada con nuestra misión?
- ¿Cuál es el legado que quiere que deje su empresa?

Ejemplos:

- **Caterpillar:** *Nuestra visión es un mundo en el que las necesidades básicas de todas las personas, como la vivienda, el agua potable, el saneamiento, los alimentos y la energía fiable, se satisfagan de forma ambientalmente sostenible y una empresa que mejore la calidad del medio ambiente y de las comunidades en las que vivimos y trabajamos..*
- **Ford:** *Para convertirse en la compañía más confiable del mundo.*
- **Ikea:** *Crear un mejor día a día para la mayoría de la gente', esta es la visión de IKEA.*

Plan de acción:

Un plan de acción debe ser un documento de trabajo; debe ser fácil de cambiar y actualizar. Se basa en objetivos y estrategias, tácticas, indicadores clave de desempeño y objetivos.

Establece los objetivos (dónde) que necesitas cumplir para hacer realidad tu visión. Cada objetivo debe tener estrategias asociadas (cómo): qué enfoques utilizará para alcanzar su objetivo.

Las tácticas (qué) son las herramientas, las acciones, el aspecto operativo de la estrategia: qué acción concreta hay que llevar a cabo mañana, para alcanzar nuestro objetivo al final del año. Tengan en cuenta sus recursos: presupuesto, personal, equipo técnico.

Los indicadores clave de rendimiento (KPI) se utilizan para medir el progreso de su empresa hacia sus objetivos. Estas son las métricas que hay que vigilar, y son las que nos permitirán saber en última instancia si nuestro plan estratégico fue efectivo o no. El objetivo es el número que debe alcanzar para lograr su objetivo..

Evaluación financiera:

Podrás ver si tu planificación estratégica se traduce en rendimiento financiero. Para llevar a cabo una evaluación financiera de su plan estratégico, siga los siguientes pasos: Estimar los ingresos y los gastos. La estimación bruta es mejor que ninguna estimación. Realice un análisis de contribución para determinar si sus estrategias contribuyen positivamente al resultado final. Combine todos sus números en una proyección financiera de uno y tres años.

Evaluar el progreso:

Averigua cómo medirá el progreso hacia los objetivos que has establecido. Con qué frecuencia y de qué forma revisará el KPI, qué hará si los objetivos no se alcanzan y si se sobrepasan.

Cómo organizar?

En primer lugar, no te agobies con toda esa compleja planificación. Usar las prácticas de "Google", o "Ford" para las pequeñas empresas podría parecer irrelevante. Incluso comparar tu negocio con esos gigantes puede paralizarte.

A largo plazo, se trata de lograr tus objetivos. Así que incluso antes de reunir a su equipo (o de ponerse de humor para pensarlo por su cuenta) y escribir varias páginas A4 de texto, defina su visión personal.

¿Qué quieres que tu negocio aporte a tu vida? ¿Un crecimiento enorme, una jubilación anticipada o simplemente más tiempo para pasar con la familia y los amigos?

Alinear su visión personal con la visión de su empresa es clave para lograr sus objetivos personales y profesionales. Al igual que con la visión de su empresa, tenga su visión personal escrita en una declaración de 100 palabras. Conoce esa declaración por dentro y por fuera y manténela al frente de tu toma de decisiones.

La planificación se convierte en algo divertido cuando le añades realidad. No es sólo un cliente abstracto, que se beneficiará de tus bienes o servicios, es el tío de tu compañero de clase. No son turistas de otra ciudad, sino parientes del tendero que te vendía bocadillos cuando eras adolescente. Puedes medir tu éxito viendo a la gente sonreír más a menudo. También tienes una capacidad única de adaptar tu negocio para cubrir sus necesidades personales.

Defina la misión, la visión y los valores de su empresa sobre el papel.

Para que sea una herramienta de gestión útil, un plan estratégico necesita la participación de las personas clave de su empresa. Tenga un equipo diverso, pero el núcleo, de socios, inversores, empleados echa un vistazo a su plan y le da retroalimentación. Piensa en sus sugerencias y muestra al equipo que has incorporado algunas de ellas.

Cómo implementar?

La etapa de implementación es la siguiente. En este punto, se define el plan de acción con sus objetivos a largo plazo, estrategias, tácticas y medidas de éxito. Identifica e implementa una estructura apropiada que apoye mejor sus estrategias. Asigna las tareas entre tus empleados. Si actualmente eres jefe y luego sólo empleado, usa técnicas como el mapeo mental y la planificación de cascada para priorizar y reordenar los objetivos.

Comunicarse y alinearse. Es necesario empezar por comunicar claramente sus objetivos, que deben ser impulsados por los valores y la visión de la empresa. Tener metas claras con una lista completa de objetivos empresariales crea pautas que se convierten en la base de la planificación y el crecimiento empresarial.

Todo el trabajo de los empleados debe alinearse con los objetivos de la empresa y su visión para la empresa. Tener conversaciones con el liderazgo y los gerentes sobre cómo el trabajo de los empleados se traduce en los objetivos de la empresa debe ser prioritario.

Conducir la responsabilidad. Eres el primero en crear objetivos y luego compartes esos objetivos con el resto de la compañía. Debes ser responsable de mostrar cómo el trabajo diario de cada empleado impacta en el éxito de la compañía. Que el compartir las metas a nivel de CEO debe inspirar a los empleados a compartir sus metas y trabajar con los demás.

Crear foco. Cuanto mayor sea el número de objetivos que una empresa intente establecer y alcanzar, menos probable será que se consiga. Los empleados necesitan objetivos claros y alineados para poder seguir su propio progreso y ver cómo su trabajo contribuye al resto de la empresa. Las conversaciones regulares y estructuradas sobre el desempeño en toda la empresa deben ser la norma.

Estar orientado a la acción El enfoque diario y semanal de cada uno debería ser en las tareas muy específicas que necesitan lograr para avanzar en sus objetivos, y esos objetivos deben alinearse con la visión.

Rastrea el progreso. Se deben mantener reuniones regulares sobre las tareas con cada equipo para hablar de su progreso. De esta manera, todos entenderán cómo sus contribuciones a toda la compañía se llevan a cabo cuando se realicen las reuniones semanales, y habrá líneas claras de comunicación para responder a las preguntas y poner a todos en el camino..

Cómo manejar?

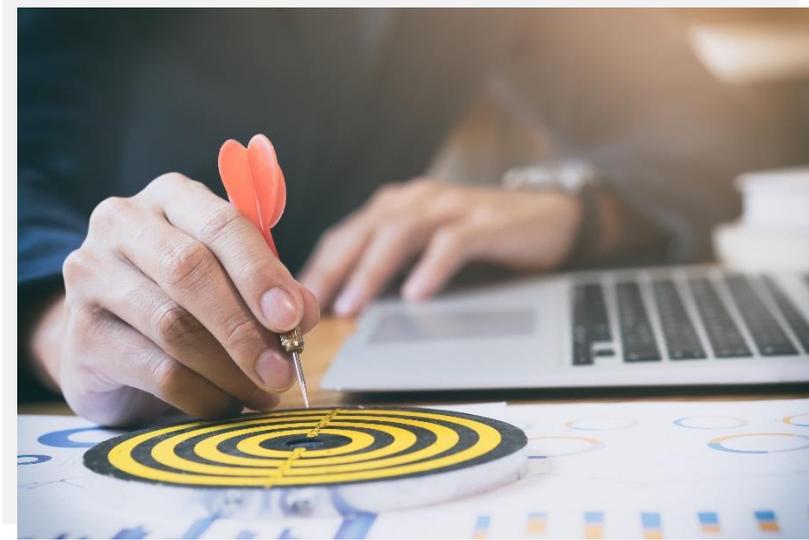


Imagen de ijeab / freepik.com

La planificación estratégica es el proceso de formulación de una dirección para una organización, mientras que la gestión estratégica es el proceso de determinar cómo se puede lograr esa dirección.

Si bien los planes estratégicos son importantes guías de gestión, no están escritos en piedra. A medida que el mercado cambia, vuelve a echar un vistazo a tu plan. Es posible que se dé cuenta de que su plan necesita ajustes de vez en cuando.

Revise regularmente para asegurarse de que está progresando hacia sus objetivos. Una revisión semanal de sus metas, estrategias y planes de acción puede ayudarle a ver si necesita hacer alguna modificación.

Programe tiempo en su calendario para esto. Los controles semanales le permiten reevaluar su plan a la luz de cualquier progreso, contratiempos o cambios....

- Analizar: Estudie los éxitos de los años anteriores y revise las mejores prácticas para su propia industria y otras industrias que podrían tener éxito en su mercado..
- Priorizar: Basado en objetivos, basado en el presupuesto, basado en eventos específicos del año próximo así como en años anteriores.

Como controlarlo?

Una vez que se aplican las estrategias, comienza el proceso de evaluación. Se utilizan medidas de desempeño para monitorear el éxito de la compañía en el cumplimiento de los objetivos a corto plazo y su progreso hacia los objetivos a largo plazo. A lo largo del camino, tomas acciones correctivas y ajustas la estrategia, si es necesario.

El control estratégico es una forma de gestionar la ejecución de su plan estratégico. Como proceso de gestión, es único en el sentido de que está construido para manejar las incógnitas y la ambigüedad mientras sigue la implementación de una estrategia y los resultados subsiguientes. Le ayuda a encontrar los factores internos o

externos que afectan a su estrategia y a adaptarse a ellos, independientemente de si se incluyeron o no inicialmente en su planificación estratégica.

Los diversos componentes del proceso de control estratégico generan respuestas a estas dos preguntas:

1. ¿Se ha aplicado la estrategia según lo previsto?
2. Sobre la base de los resultados observados, ¿es necesario modificar o ajustar la estrategia?

En muchos sentidos, el control estratégico es un ejercicio de evaluación centrado en asegurar el logro de sus objetivos. El proceso salva lagunas y permite adaptar la estrategia según sea necesario durante la implementación.

Determinar lo que hay que controlar. ¿Cuáles son los objetivos de la organización? ¿Qué elementos se relacionan directamente con su misión y visión? Es difícil, pero debe priorizar lo que se debe controlar porque no puede supervisar y evaluar cada factor minucioso que podría afectar a su estrategia.

Establecer estándares. ¿Con qué comparará el rendimiento? ¿Cómo pueden los gerentes evaluar las acciones pasadas, presentes y futuras? El establecimiento de normas de control, que pueden ser cuantitativas o cualitativas, ayuda a determinar cómo medirá sus objetivos y evaluará los progresos..

Medir el rendimiento. Una vez que se establecen los estándares, el siguiente paso es medir su desempeño. La medición puede entonces ser abordada en reuniones de revisión mensuales o trimestrales. ¿Qué es lo que realmente está sucediendo? ¿Se están cumpliendo las normas?

Comparar el rendimiento. Cuando se comparan con los estándares o los objetivos, ¿cómo se miden los reales? El benchmarking competitivo puede ayudar a determinar si cualquier brecha entre los objetivos y los reales es normal para la industria, o son signos de un problema interno.

Analizar las desviaciones. ¿Por qué el rendimiento fue inferior a las normas? En este paso, se centrará en descubrir qué causó las desviaciones. ¿Puso usted los estándares correctos? ¿Hubo algún problema interno, como la escasez de recursos, que pudiera ser controlado en el futuro? O un factor externo, incontrolable, como un colapso económico?

Decidir si es necesario adoptar medidas correctivas. Una vez que haya determinado por qué el rendimiento se desvió de los estándares, decidirá qué hacer al respecto. ¿Qué acciones corregirán el rendimiento? ¿Es necesario ajustar los objetivos? ¿O hay cambios internos que puedes hacer para que el rendimiento esté a la par? Dependiendo de la causa de cada desviación, decidirá tomar medidas para corregir el rendimiento, revisar el estándar, o no tomar ninguna medida.

5.3. Técnicas de planificación y gestión estratégica

Hay muchas técnicas para simplificar la planificación y la gestión estratégica. Algunas son variables y multipropósito, como el análisis SWOT, y otras tienen sentido sólo para negocios específicos.

A continuación puede encontrar una lista de técnicas adecuadas para las PYMES y enlaces sobre dónde leer más sobre ellas..

S.M.A.R.T. - la construcción de objetivos, el establecimiento de metas y objetivos.

Cuando se establece un objetivo, asegúrese de que se ajusta a cada uno de los siguientes criterios:

- Específicos: Bien definido, claro y sin ambigüedades
- Medible: Con criterios específicos que miden su progreso hacia el logro del objetivo
- Alcanzable: Alcanzable y no imposible de lograr
- Realista: Al alcance de la mano, realista y relevante para su visión
- Oportuno: Con una línea de tiempo claramente definida, incluyendo una fecha de inicio y una fecha objetivo. El propósito es crear urgencia.

<https://www.youtube.com/watch?v=xqFgYMc7ke8>

Un análisis SWOT - multiherramienta

El análisis S.W.O.T. identifica las fortalezas y debilidades internas de una empresa, y sus oportunidades y amenazas externas. Utiliza el análisis DAFO para la planificación empresarial, la planificación estratégica, la evaluación de la competencia, la comercialización, el desarrollo empresarial y de productos, y los informes de investigación.

La plantilla del archivo SWOT en [doc](#), for [apple/mac](#)

[Starbucks swot analysis](#)

Resumen ejecutivo ayuda a los lectores a comprender rápidamente su concepto comercial, los productos o servicios ofrecidos y las obligaciones financieras - <https://www.youtube.com/watch?v=R9zRapFoHVO>

Análisis de la industria ayuda a ilustrar la posición de una empresa en relación con los competidores y a definir la ventaja competitiva. Basándose en el análisis se puede desarrollar una estrategia a corto y largo plazo para la penetración en el mercado - <https://www.youtube.com/watch?v=g6wQOEt1G4U>

Product (Service) / Market fit [metrics](https://www.youtube.com/watch?v=c-ruOFVG078) comprueba si estás en un buen mercado con un producto que puede satisfacer ese mercado - <https://www.youtube.com/watch?v=c-ruOFVG078>



illustration from buffaloboy / freepik.com

Todo dentro: Plan de negocios vs. Lienzo inclinado

Estas técnicas son un conjunto de prácticas que se utilizan para preparar un plan de negocios para usted, posibles socios, inversores e instituciones de préstamo.

Un plan de negocios tradicional es muy detallado, toma más tiempo escribirlo y es exhaustivo. Los prestamistas e inversores suelen solicitar este plan.

Lean Canvas es un enfoque de alto nivel, rápido de escribir, y contiene sólo elementos clave. Algunos prestamistas e inversores pueden pedir más información.

Se puede encontrar una descripción de ambos modelos con ejemplos y enlaces a las plantillas [here](#).

¿Busca herramientas y técnicas más específicas? Revise [this site with 100+ techniques](#):

https://www.mindtools.com/pages/main/newMN_STR.htm

Usted se limita a leer sólo 3 descripciones completas, pero nadie le impide buscar en Google la técnica que le interesa..

5.4. Herramientas operacionales

Encontrar las herramientas

Simplemente búscalos en la web, elige el que te permitas, y que sea compatible con tus dispositivos. Ten en cuenta que muchos desarrolladores de aplicaciones pagaron por obtener las primeras posiciones en muchos gráficos, así que siempre revisa varias aplicaciones para probarlas y tomar tu propia decisión sobre ellas. La herramienta adecuada te ayudará mucho a largo plazo. Tómate tu tiempo para encontrar la que más te convenga. También es posible que no encuentres una aplicación perfecta para todas tus necesidades. Lee las reseñas en el Play Market y en la App Store. Comprueba por qué a la gente no le gusta la aplicación, puede que se caiga o se vuelva lenta.

La experiencia práctica es lo mejor, pero hay una trampa. No puedes experimentar la aplicación sin usarla en casos reales. Pero también significa que puedes pasar un tiempo reingresando los mismos datos en la segunda o tercera aplicación que vas a probar.

Puede parecer una pérdida de tiempo, sobre todo cuando hay tantas otras cosas que hacer cuando se lanza el negocio. Imagina que eliges una bicicleta para llegar a algún sitio. Si el asiento y el manubrio no están preparados para que usted monte en una postura adecuada, le dolerá el cuello, la espalda y las piernas, y odiará la idea de montar en bicicleta. Así que, tómate un tiempo para ver si es tu talla y ajústala adecuadamente.

Al mismo tiempo, es sólo una herramienta. Si te apetece aplazar la revisión de cada aplicación durante medio día, elige una y ve más allá. Cuando la "pista" de tus negocios diarios cambie de una calle de hormigón a un bosque lleno de baches, siempre podrás mejorar tu cruce a una bicicleta de montaña.

Como mínimo, puedes optar por la oficina básica de EM o por las alternativas gratuitas de código abierto como online [Google Docs](#) or [Libre office](#).

Pero un empresario también puede encontrar una solución para digitalizar [any aspect of your business](#).

Eso también incluye hacer un plan de negocios con cualquiera de las modelos [Classical business plan](#).

RECURSOS DEL MODELO DE NEGOCIO

- [Strategyzer](#)
- [Canvanizer](#)
- [Xtensio](#)
- [Lean Canvas: Create Your Business Plan Quickly](#)

5.5. Marketing

El marketing es una parte importante para iniciar y dirigir un negocio. Te ayuda a vender tus bienes o servicios de la manera correcta y a las personas adecuadas.

El marketing es la capacidad de identificar las necesidades de los clientes potenciales y satisfacer esas necesidades mejor que sus competidores, para obtener un beneficio.



image from rawpixel.com / freepik.com

Realizar estudios de mercado

Es importante que identifique las necesidades de los clientes potenciales y averigüe cómo sus futuros competidores han estado satisfaciendo esas necesidades. Esto puede hacerse mediante la realización de una investigación de mercado. A partir de su experiencia y del desarrollo de su idea de negocio, puede que ya sepa bastante sobre su mercado. Pero cuanto más sepa, más capaz será de diseñar un buen Plan de Marketing.

Necesita encontrar más información sobre el mercado de una variedad de fuentes. Haga una lista de todas las fuentes que conoce. Aquí hay algunos ejemplos de maneras de averiguar más sobre sus clientes y competidores:

Habla con los clientes potenciales. Pregúntales:

- ¿Qué bienes o servicios quieren comprar?
- ¿Qué piensan de sus competidores?

Observe los negocios de sus competidores. Averigüe sobre ellos:

- ¿Qué bienes o servicios proporcionan?
- ¿Qué precios cobran?
- ¿Cómo atraen a los clientes?

Pregunte a los proveedores y amigos del negocio:

- ¿Qué productos son los que más venden?
- ¿Qué piensan de tu idea de negocio?
- ¿Qué piensan sobre los productos de tus competidores?

Lea los periódicos, catálogos, revistas y periódicos comerciales para obtener información e ideas sobre nuevos bienes o servicios.

Navigate por la web para explorar lo que otros están haciendo y para obtener información sobre los bienes o servicios que quiere proporcionar, sus competidores y las nuevas tendencias.

A medida que recopile información sobre sus clientes, recuerde que no todos los clientes potenciales comparten las mismas necesidades y deseos. A fin de poder proporcionar el bien o servicio más adecuado, es necesario identificar diferentes grupos de clientes potenciales que tengan características claras y distinguibles. Esto se denomina segmentación del mercado. Agrupar a sus clientes potenciales por sus características le permitirá reunir información detallada y específica sobre sus preferencias de productos.

Haga un plan de marketing

La investigación de mercado proporciona información importante sobre las necesidades de los clientes y cómo sus competidores han estado satisfaciendo esas necesidades. Por consiguiente, en su Plan de Mercadeo, usted necesita pensar y describir cómo va a satisfacer las necesidades que no fueron satisfechas por los competidores. Esto hará que su negocio se diferencie y se destaque de los competidores. Para describir claramente los diferentes métodos que utilizará para atender a sus clientes, escriba las siete P del mix de comercialización:

- Producto
- Precio
- Lugar
- Promoción
- Gente
- Procesos
- Evidencia física

Las siete P son igualmente importantes. Deben trabajar al unísono y no contradecirse entre sí para producir una sinergia que satisfaga eficazmente las necesidades de los clientes.

Producto

Un producto puede significar más que un solo bien o servicio o una gama de bienes o servicios que usted ofrece. Atraerá a más clientes si su producto está certificado por organizaciones de renombre, ya que les hace saber que sus productos están garantizados para cumplir con los altos estándares que se han establecido.

No sólo debe describir sus bienes o servicios en términos generales, sino que cuanto más detallada sea la descripción de sus bienes o servicios (es decir, su calidad, color, tamaño, embalaje, etc.), más entenderán los clientes cómo va a satisfacer sus necesidades.

Después de escribir la descripción del producto, compruebe si coincide con las necesidades del cliente a partir de la investigación.

Los clientes compran bienes y servicios para satisfacer sus necesidades básicas y sus necesidades específicas. Satisfacer sus necesidades básicas es sólo el primer paso que tu negocio debe dar. Satisfacer sus necesidades específicas puede hacer que tu negocio sea más competitivo y sostenible. Los siguientes son ejemplos de cómo las empresas pueden satisfacer necesidades específicas:

Productos	Necesidades básicas	Necesidades específicas
Verduras frescas	Satisfacer la necesidad de consumir alimentos diariamente	Las verduras que se limpian, se cortan y están listas para cocinar, satisfacen la necesidad de ahorrar tiempo en la cocina.

Los teléfonos móviles	Satisfacer la necesidad de comunicarse y de ser entretenido	Una tienda de teléfonos móviles que ofrece un servicio de decoración para teléfonos móviles satisface la necesidad de estar a la moda y con estilo.
-----------------------	---	---

Precio

El precio es la cantidad que cobrará a sus clientes por sus bienes o servicios. El precio también incluye cualquier descuento que usted dará y si usted va a ofrecer crédito. Hay muchos factores que debes considerar antes de fijar tu precio.

Para fijar los precios tienes que:

- Tenga en cuenta cuánto pagan los clientes por un producto similar y luego decida cuánto pagarán de más por satisfacer cualquier necesidad específica no satisfecha suministrada por su producto.
- Conocer los precios más altos y bajos cobrados por la competencia, así tendrá una mejor idea de los precios que puede cobrar por su producto.
- Conozca el costo de sus productos para que pueda establecer un precio que esté por encima de su costo.

No siempre hay que fijar un precio bajo para ser competitivo. En cambio, tu precio debe reflejar tu diferenciación. Por ejemplo, si ofrece un producto de alta calidad, su precio debe ser más alto que el precio que cobran los competidores. Un precio demasiado bajo puede no cubrir todos los costos y podría ser contraproducente, es decir, los clientes podrían dudar de la calidad del producto.

En situaciones en las que se vende un producto totalmente nuevo, es imposible comparar con los precios de los competidores. ¿Qué se debe hacer entonces? Debería consultar con los clientes potenciales sobre los diferentes niveles de precios y ver cuántos de ellos estarían de acuerdo en comprar su producto en cada nivel de precios.

Una vez que haya decidido el precio, podría considerar la posibilidad de hacer varias promociones, ofrecer descuentos y dar condiciones de crédito para aumentar las ventas de vez en cuando. Asegúrese de tener un objetivo claro para cada decisión de descuento o crédito, para que estas decisiones no se vuelvan poco rentables.

Lugar

El lugar es un lugar para su negocio. Si su negocio no está ubicado donde están sus clientes, necesita encontrar maneras de hacer llegar sus productos a los clientes. Esto se llama distribución. Elija entre la distribución directa, la distribución al por menor y la distribución al por mayor.

Distribución directa significa vender sus productos directamente a los consumidores. La distribución directa es la forma de distribución más útil para las empresas que producen productos bastante caros, especializados y tienen pocos clientes.

Distribución al por menor significa vender sus productos a tiendas y almacenes que luego venden a los consumidores.

Distribución al por mayor significa vender sus productos en grandes cantidades a los mayoristas que luego los venden en menores cantidades a los minoristas para que los vendan a los consumidores.

La distribución al por menor y la distribución al por mayor son las formas de distribución más útiles para las empresas que suelen producir grandes cantidades de mercancías, venden mercancías a precios bajos y tienen muchos clientes repartidos por una gran superficie.

Promoción

La promoción significa informar y atraer a los clientes para que compren sus bienes o servicios. Hay muchas maneras diferentes de informar y atraer a los clientes:

Comercialización directa significa comunicarse directamente con los clientes. La comercialización directa puede adoptar muchas formas diferentes, como el correo electrónico directo, las ventas por teléfono, los mensajes de texto a través de teléfonos celulares, los correos electrónicos, los sitios web interactivos, los foros y las páginas de fans.

Anunciarse está dando información a clientes potenciales para que se interesen en comprar sus bienes o servicios. Los anuncios en periódicos, revistas, televisión, radio y vallas publicitarias exteriores pueden llegar a un gran número de clientes potenciales, pero a menudo son bastante caros. Los nuevos tipos de medios de comunicación, como los blogs, los sitios web, los medios sociales o los anuncios emergentes que son relativamente baratos pero que aún así llegan a una amplia audiencia.

Publicidad está ganando visibilidad con el público a través del patrocinio de alguna organización benéfica u organizando un debate sobre temas ambientales o una ceremonia de entrega de premios. En comparación con la publicidad, la publicidad es barata y más creíble. Sin embargo, es difícil controlar lo que el público dice de ti. Debes proteger tu negocio de la mala publicidad manteniendo una buena reputación con tus clientes.

Ventas Las promociones son incentivos para simular ventas inmediatas. Ejemplos de promociones de ventas son cupones, muestras, primas, exhibiciones de puntos de compra, concursos, rebajas y sorteos.

Gente

Desde el punto de vista del marketing, el término "People" se refiere a la cuestión: "¿Quién desarrollará la característica única que diferencia a su producto?" Por ejemplo, si decide ofrecer un mejor servicio al cliente que la competencia, necesitará personal que esté orientado al cliente. Significa que deben ser responsables, pacientes, flexibles, comprensivos y que disfruten trabajando con diferentes personas.

Para tu plan de marketing, necesitarás:

- Identificar los puestos clave que podrían marcar la diferencia en su negocio
- Decidir los criterios de reclutamiento de personas para ocupar esos puestos clave
- Planificar la capacitación y el entrenamiento pertinente para las personas en los puestos clave
- Piensa en los puestos clave que necesitas para tu negocio.

Proceso

El proceso incluye los diversos mecanismos y procedimientos que utiliza para hacer llegar el producto a sus clientes. Por ejemplo, si un cliente va a una pizzería, no sólo consume una pizza, sino que también disfruta pasando por todo el proceso. Esto incluye encontrar fácilmente un estacionamiento conveniente, disfrutar del ambiente del restaurante, leer un menú atractivo, obtener información sobre los elementos del menú por parte del personal y escuchar buena música mientras espera la pizza. Por lo tanto, debes asegurarte de que cada paso del proceso sea una experiencia agradable para tus clientes.

Piensa en un proceso que satisfaga a tus clientes y que les haga decidirse a comprar tu producto.

Evidencia Física

La evidencia física es la apariencia general de su producto o empresa. Debe considerar lo que sus clientes deben ver y sentir cada vez que interactúan con su negocio o producto. A continuación se presentan algunos de los muchos puntos de interacción entre su negocio y el público:

- Locales de oficina y decoración interior
- Presencia en Internet y sitio web
- Embalaje

- Señalización
- Uniformes de los empleados
- Tarjetas de visita

Estimación de ventas

Para aquellos negocios que utilizan la distribución directa, las ventas comienzan bajas y aumentan continuamente con el tiempo. Si se utilizan métodos de distribución al por mayor o al por menor, las ventas pueden ser bastante buenas durante los primeros meses porque se envía un suministro de su producto a los almacenes y tiendas de venta al por mayor, donde se almacena inicialmente o se pone en exhibición antes de ser distribuido o comprado por los consumidores. Las ventas pueden disminuir durante unos meses hasta que los mayoristas o minoristas vendan el producto y hagan pedidos adicionales. Entonces las ventas se volverán más estables y reflejarán la cantidad real de compras de los usuarios finales.

Tendencias de los medios de comunicación social en la actividad empresarial de los jóvenes

Los medios sociales están en todas partes. Los usamos para tomar decisiones de compra, para mantenernos en contacto con amigos y familiares, y para desarrollar nuevas relaciones, tanto personales como profesionales. Sin embargo, muchos empresarios todavía no están tomando un enfoque sistemático de los medios sociales.

QUÉ SON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL?

Por medios sociales se entiende una amplia gama de servicios de Internet y móviles que permiten a los usuarios participar en conversaciones en línea, aportar contenidos o unirse a comunidades en línea.

AQUÍ ESTÁN ALGUNOS DE LOS BENEFICIOS PARA SU NEGOCIO:

- Una relación más directa con los nuevos y potenciales clientes
- Referencias de boca en boca
- Un perfil público más alto que te pone en la cima de la mente
- Promoción de la marca
- Mejor servicio al cliente
- Una forma de manejar su reputación
- Una forma de atraer a los empleados cualificados
- Interacción con otros profesionales en su campo de todo el mundo

- Mejora del ranking de la página en las búsquedas en la web

La supervisión de los medios de comunicación social es un punto de partida fundamental para ayudar a comprender dónde debe centrar sus esfuerzos y cómo debe establecer su estrategia de medios de comunicación social. Si nunca ha usado los medios sociales antes, comience siguiendo estos pasos.

Visite las principales plataformas de medios sociales - visite Facebook, Twitter y LinkedIn para familiarizarse con la forma en que trabajan.

Crear páginas personales. Esto ayudará a establecer su presencia y le dará el acceso que necesita para entender cómo los medios de comunicación social podrían ser útiles para su negocio.

Empieza a buscar. Utilice las herramientas de búsqueda para buscar menciones de su negocio, productos o marcas.

Mira lo que están haciendo tus competidores. Realizar una simple investigación de mercado dentro de su industria para ver si puede adaptar algunas de las prácticas de sus competidores a su propia marca, y dónde podría tener oportunidades para satisfacer las necesidades no satisfechas.

Crear una estrategia de medios sociales. Ahora que se ha familiarizado con los medios de comunicación social y sabe dónde está su negocio en relación con otros en su industria, está listo para planificar su estrategia de medios de comunicación social.

10 COSAS QUE HACER Y NO HACER EN LOS MEDIOS SOCIALES

1. Adapte sus actividades en los medios sociales a sus objetivos de negocio y a su público objetivo.
2. Aumenta tu audiencia ofreciendo contenido útil y de valor añadido.
3. Crea un contenido social que se destaque por encima del de tus competidores.
4. Mantenga siempre un tono educado y respetuoso al interactuar con los clientes en los medios sociales.
5. Sigue aprendiendo y escuchando lo que se dice sobre ti, tu empresa y tu industria.
6. Sea paciente. Como en cualquier relación, el éxito de los medios sociales lleva tiempo.

7. No uses una venta agresiva y evita ser agresivo. En su lugar, permita que la gente venga a usted. Un seguidor comprometido es más probable que se convierta en un cliente.



image from freepik / freepik.com

8. No te tomes demasiado en serio. En vez de eso, sé simpático y auténtico. Recuerda que los medios de comunicación social se trata de construir relaciones.

9. No te apresures a crear una página de Facebook o una cuenta de Twitter sin la planificación adecuada. Podrías malgastar recursos y obtener malos resultados.

10. No publiques material inapropiado o fuera de tu área de especialización.

11. Se pueden encontrar más detalles y estudios de casos [here](#)

Prueba rápida de conocimientos 4

Las pruebas de conocimiento, ayudarán a los alumnos a refrescar rápidamente lo que han aprendido en este módulo.

PREGUNTA 1

¿Dónde buscaría un asesoramiento y ayuda profesional antes de iniciar su negocio?

PREGUNTA 2

¿Cuáles son los siete elementos del Plan Estratégico?

PREGUNTA 3

¿Qué significa establecer un objetivo SMART?

PREGUNTA 4

¿Qué herramientas son suficientes para hacer un plan de negocios?

PREGUNTA 5

¿Cuáles son las 7 P de un plan de marketing?

Actividades

Las actividades se preparan para que los educadores y profesores enseñen habilidades específicas a los participantes.

Actividad 1

ANALISIS S.W.O.T.

Introducción de la actividad

Primero haga dos formularios de análisis FODA en ambos lados del papel como se muestra en la siguiente página y luego escriba el nombre de su empresa en el primer formulario y el de su principal competidor en el segundo.

Piense cuidadosamente en las fortalezas y debilidades de la empresa. Éstas pueden ser características personales, cuestiones financieras, cuestiones de marketing, la ubicación de la empresa o el costo de la promoción y venta de su producto. Anote todos ellos.

Piense en el entorno externo de este negocio. ¿Cuáles son las oportunidades y amenazas en su entorno empresarial? Los "informantes clave" con los que habló durante su investigación de campo pueden habérselo señalado. Escríbalos.

Pregúntese:

- ¿Puedo combinar mis fortalezas con las oportunidades para crear una gran ventaja?
- ¿Qué desventajas crean las debilidades y las amenazas? ¿Puedo superarlas? ¿Cómo?
- A continuación, escriba las ventajas y desventajas, así como la forma en que pretende superarlas.

Cuando termine su negocio, haga el mismo análisis SWOT para su competidor y compárelo.

Explicación de la actividad

El análisis FODA es un método de planificación estructurado que se utiliza para evaluar las Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas que conlleva un proyecto o una empresa. El análisis FODA puede hacerse para productos, lugares, industrias o personas. Esto implica determinar el objetivo de la empresa o proyecto e identificar los factores internos y externos que son favorables y desfavorables para lograr el objetivo.

El SWOT es una herramienta ampliamente aceptada debido a su simplicidad y al valor de centrarse en las cuestiones clave que afectan a la empresa. El objetivo del swot es identificar las fortalezas y debilidades que son relevantes para enfrentar las oportunidades y amenazas en una situación particular. [4]

Beneficios

La herramienta Swot tiene 5 beneficios clave:

- Simple de hacer y práctico de usar;
- Claro de entender;
- Se centra en los factores clave internos y externos que afectan a la empresa;
- Ayuda a identificar los objetivos futuros;
- Inicia un análisis más profundo.

Limitaciones

Aunque hay claros beneficios de hacer el análisis, muchos gerentes y académicos lo critican fuertemente o ni siquiera lo reconocen como una herramienta seria. Según muchos, es un análisis de "bajo grado". Aquí están las principales fallas identificadas por una investigación:

- Excesivas listas de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas;
- No se priorizan los factores;
- Los factores se describen con demasiada amplitud;
- Los factores suelen ser opiniones y no hechos;
- No hay un método reconocido para distinguir entre fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas.

El swot puede ser realizado por una persona o un grupo de miembros que son directamente responsables de la evaluación de la situación en la empresa. El análisis básico del swot se hace con bastante facilidad y comprende sólo unos pocos pasos:



MATERIALES NECESARIOS:

hoja de papel para cada estudiante, lápiz y bolígrafo para cada estudiante, ejemplo de análisis SWOT (pantalla, pizarra)

Alcance

Prepare los materiales para cada uno de los participantes. Luego introduzca brevemente el modelo, no profundice en él. Distribuya los materiales y establezca una restricción de tiempo. Si alguno de los estudiantes está preocupado por la calidad del modelo, use el enfoque de la sección de explicación.

Plan didáctico

ASIGNACIÓN DE TIEMPO	SUB - ACTIVIDAD	TIPO	MATERIAL	DESCRIPCIÓN
5 minutos	Explicación del modelo	Teoría	Ejemplo de análisis SWOT (pantalla, pizarra)	presentar el modelo.
5 minutos	Análisis de negocios	Ejercicio	hoja de papel para cada estudiante, lápiz y bolígrafo para cada estudiante,	Los estudiantes trabajan individualmente en su análisis de negocios.
5 minutos	Análisis de la competencia	Ejercicio	hoja de papel para cada estudiante, lápiz y bolígrafo para cada estudiante,	Los estudiantes trabajan individualmente en su análisis de negocios.

Actividad 2

LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO

Introducción de la actividad

Desde el Silicon Valley de los Estados Unidos llegan dos conceptos que han sido adoptados rápidamente en todo el mundo por los empresarios: el desarrollo del cliente (Blank y Dorf, 2012) y la puesta en marcha de la empresa (Ries, 2010). Estos dos conceptos comparten muchas ideas y conceptos básicos y hacen hincapié en la necesidad de validar rápidamente una hipótesis sobre si algún producto o servicio crea valor para las personas. Los libros de Blank, Dorf y Ries contienen una amplia variedad de perspectivas, métodos y herramientas que ayudan a los empresarios a tomar medidas mediante la experimentación con los interesados del mundo real en lugar de quedarse atascados en la planificación y el análisis de lo que podría suceder. Estas herramientas también pueden aplicarse al ámbito educativo, permitiendo a los profesores dar consejos sólidos a los estudiantes sobre cómo gestionar un proceso de creación de valor en el que participen partes interesadas externas. Los estudiantes pueden hacerse preguntas como "¿Qué podemos preguntarle a un cliente potencial hoy?", "¿Cómo podemos probar nuestras conjeturas en personas reales fuera de la escuela?" y "¿Cómo podemos exponernos al riesgo de que se demuestre que estamos equivocados?". Aunque son útiles para apoyar la toma de medidas e interactuar con el mundo exterior, sin embargo no dan ningún consejo firme sobre cuestiones de trabajo en equipo.

Explicación de la actividad

El lienzo del modelo de negocio esbozado por Osterwalder y Pigneur (2010) consta de nueve elementos básicos necesarios para crear valor para los interesados externos. Esto podría verse como una simple lista de verificación que los estudiantes pueden utilizar cuando planifiquen sus intentos de creación de valor, pidiéndoles que proporcionen respuestas a preguntas clave de creación de valor como "¿A quién ayudas? Es particularmente útil cuando se trabaja en grupos que permiten esbozar y discutir en torno a las ideas esbozadas por el equipo. También en este caso el lenguaje está sesgado hacia los negocios, pero los principios son aplicables a un contexto más amplio que la creación de empresas. De hecho, Osterwalder y sus colegas han escrito un libro sobre cómo aplicar estos nueve elementos básicos al desarrollo personal, lo que está muy en línea con una amplia definición de la iniciativa empresarial (Clark et al., 2012).

Dependiendo del tamaño de su clase, podría considerar una actividad de rompecabezas con el lienzo en la que se divide la clase en pequeños equipos, cada equipo investiga una de las cajas del lienzo, y luego presenta sus hallazgos al resto de la clase.

Alternativamente, puedes proporcionar una visión general de cada uno de los componentes del lienzo para ellos, y luego hacer que se dividan en equipos para diagramar los lienzos para empresas conocidas que utilizan técnicas de validación (por ejemplo, Airbnb, Uber, etc.)

Una vez que esbocen sus lienzos de estudio de casos, pueden hablar de los experimentos originales que los fundadores de sus estudios de casos utilizaron para iniciar sus empresas (el de Airbnb es genial), para demostrar cómo pasar de escribir un lienzo a iniciar una empresa real.

Si aún no lo has hecho, toma el webinar de una hora de Business Model Canvas para tener una visión general del proceso.



MATERIALES NECESARIOS:

[2 Lean Canvas printouts](#), tijeras, utensilio de escritura para cada grupo

Alcance

Empiezas introduciendo el concepto y contando sus orígenes. Muestra la impresión del modelo de Lean Canvas y da una breve introducción a cada uno de los bloques. Divide a los estudiantes en equipos y distribuye los bloques del modelo de lienzo Lean entre ellos. Dé a los estudiantes una compañía de su elección o pregúnteles por una compañía que a todos les gustaría analizar. Asegúrense de que todos conozcan la compañía. Déles 2 minutos para rellenar el bloque y un minuto para que cada grupo presente los resultados. Añade un caso de uso real como Airbnb y explica en un par de casos de estudiantes como podrían beneficiarse de su uso.

Plan didáctico

ASIGNACIÓN DE TIEMPO	SUB - ACTIVIDAD	TIPO	MATERIAL	DESCRIPCIÓN
3 minutos	Introducción	Teoría	Impresión en lienzo inclinado	Presentar el modelo a los estudiantes, mostrarles cómo se ve el modelo completo
3 minutos	División de equipos	Preparación práctica	Rompecabezas modelo de lienzo delgado, utensilios de escritura	Dividan la clase en grupos, distribuyan los rompecabezas
10 minutos	Rellenando los bloques	Ejercicio en grupo	-	Elija un SME conocido por todos los estudiantes, y déles 10 minutos para rellenar su(s) bloque(s)
10 minutos	Presentación de resultados	Presentación	-	Un representante de cada grupo tiene un minuto para presentar cada bloque
4 minutos	Observaciones finales, preguntas y respuestas	Teoría	-	Hable a los estudiantes sobre los casos reales, explique cómo cada uno de ellos podría beneficiarse

Referencias

1. International Labour Office, 2015, Start your business: manual, international Labour Office -Enterprises Department, Switzerland
2. International Labour Office, 2015, GENERATE YOUR BUSINESS IDEA, international Labour Office - Enterprises Department, Switzerland
3. Martin Lackeus, 2015, Entrepreneurship in Education, OECD,
4. BDC Business Centre, 10.03.2020, Social media: A Guide for Entrepreneurs, <https://www.bdc.ca/EN/Documents/marketing/social-media-guide.pdf?>, Canada
5. Hubspot, Meg Prater, 2018, “What Every Founder Needs to Know About Survivorship Bias” <https://blog.hubspot.com/sales/survivorship-bias>
6. ADP, LLC, 2016, Why Small Businesses Should Have a Strategic Plan, https://www.adp.com/-/media/solution-center/sbs/pdf/articles/success_01.ashx
7. SCORE, Bridget Weston, 2019, Does Your Small Business Have a Strong Mission and Vision?, <https://www.score.org/blog/does-your-small-business-have-strong-mission-and-vision>
8. SAMS, 2020, The Importance of Strategic Management vs. Strategic Planning, <https://getsamsnow.com/importance-strategic-management-vs-strategic-planning/>
9. azcentral., Billie Nordmeyer , The Importance of Strategic Management Vs. Strategic Planning, <https://yourbusiness.azcentral.com/importance-strategic-management-vs-strategic-planning-17329.html>
10. ADVISO, 2018, Objectives, strategies, tactics: what is it really?, <https://www.adviso.ca/en/blog/business/definition-mission-objectifs-strategies-tactiques-2/>
11. OnStrategy, Erica Olsen, Create Budget Alignment with a Financial Assessment, <https://onstrategyhq.com/resources/create-budget-alignment-with-a-financial-assessment-2/>
12. The Business Journals, Alex Raymond , 2015, 5 top ways to implement a strategic plan, <https://www.bizjournals.com/bizjournals/how-to/growth-strategies/2015/03/5-top-ways-to-implement-a-strategic-plan.html>

13. Growth Hackers, Morgan Brown, 2015, Airbnb: The Growth Story You Didn't Know,
<https://growthhackers.com/growth-studies/airbnb>

Videos

1. Avanti Vision, 2014, Setting SMART Goals For Your Marketing and Business,
<https://www.youtube.com/watch?v=xqFgYMc7ke8>
2. Michelle J, 2013, Write a Winning Executive Summary,
<https://www.youtube.com/watch?v=R9zRapFoHV0>
3. PurdueLibraries, 2017, Introduction to Industry Analysis,
<https://www.youtube.com/watch?v=g6wQOE1G4U>
4. Google for Startups, 2014, Tools for Entrepreneurs: Finding Product Market Fit,
<https://www.youtube.com/watch?v=c-ruOFVG078>



Respuestas para la prueba rápida de conocimientos 5.1

PREGUNTA 1

En línea, en las revistas y periódicos de los empresarios locales, a través de la red privada.

PREGUNTA 2

Mission statement, Values statement, Competitive advantage, Vision statement, Action plan, Financial assessment and Assessing progress

PREGUNTA 3

Es un acrónimo de una técnica de fijación de objetivos. Cada objetivo debe ser específico, medible, alcanzable, realista, oportuno.

PREGUNTA 4

MS Office o sus alternativas gratuitas.

PREGUNTA 5

Producto, precio, lugar, promoción, personas, proceso, pruebas físicas



Imagen de unsplash.com

Tiempo
estimado de
lectura

50-60 minutos

MODULO 5.2

DESARROLLAR UN NEGOCIO EN UNA ZONA RURAL

SOCIO: ACD LA HOYA

PROJECT 2018-2-TR01-KA205-060888
YOUTH ENTREPRENEURSHIP CURRICULUM

Propósito

El objetivo de este módulo es aprender y preparar a los empresarios de las zonas rurales en relación con diferentes aspectos como la contratación y la gestión de los procesos personales; cómo evaluar su proceso empresarial; cómo aplicar las formas de lograr la sostenibilidad en el lugar de trabajo para poner de relieve la seguridad y la salud de los trabajadores y establecer su propio código de ética en el lugar de trabajo.

Resultados del Aprendizaje

En términos de **conocimiento**, el aprendiz sabrá:

- ✓ Proceso de reclutamiento
- ✓ Proceso de evaluación de empresas
- ✓ Estrategias para mejorar la ética en el lugar de trabajo
- ✓ Sostenibilidad en el lugar de trabajo

En términos de **habilidades**, el aprendiz comprenderá:

- ✓ Cómo identificar las debilidades y fortalezas del personal
- ✓ Cómo definir los mejores métodos de reclutamiento y vigilarlos
- ✓ Los pasos del proceso de reclutamiento
- ✓ Métodos de motivación y bienestar del personal y aplicarlos
- ✓ Métodos de control de personal
- ✓ Cómo evaluar su negocio
- ✓ Cómo aplicar estrategias que mejoren la ética en el lugar de trabajo
- ✓ Cómo identificar un lugar de trabajo sostenible

En términos de **competencias**, el aprendiz será capaz de:

- ✓ Validar y revisar el proceso de contratación de personal y el control

- ✓ Recopilar información y aplicar métodos de motivación y bienestar del personal
- ✓ Desarrollar una evaluación de la empresa (financiera, clientes, empleadores, gestión de la competencia)
- ✓ Analizar la importancia de la ética en los lugares de trabajo
- ✓ Aprende diferentes etapas para establecer su código de ética
- ✓ Definir los beneficios de establecer un lugar de trabajo sostenible

5.6. Contratación y gestión de personal

5.6.1 Métodos de selección de personal

Las organizaciones utilizan diferentes tipos de métodos de reclutamiento para atraer grandes candidatos. El proceso de reclutamiento incluye varios factores, por lo que antes de comenzar debe tener en cuenta lo siguiente:

- Comprender el papel del trabajo
- Asegúrate de que lo que buscas (a tiempo parcial, a tiempo completo...)
- Elegir la mejor estrategia y proceso
- Decida las herramientas necesarias
- Monitorizar todo el sistema de cerca

Una vez considerados los aspectos más importantes del perfil del puesto, se debe seguir un método eficaz de selección de empleados y tenerlo en cuenta para obtener mejores resultados. El proceso de selección no es tan fácil como pensamos, implica mucha presión en la selección del mejor candidato elegible para un puesto en particular. Por esa razón:

1. El reclutador debe considerar varios criterios para determinar las habilidades, talentos, destrezas y calificaciones/experiencias de trabajo del empleado.
2. El reclutador tiene que buscar un empleado que lo haga bien en tiempos de prosperidad así como que desee ser una mano amiga siempre confiable en tiempos peores como una situación de crisis. Eso significa que el reclutador busca a alguien que sea confiable y que quiera involucrarse completamente en su compañía.
3. El reclutador tiene que conocer el salario base para poder negociar con los candidatos. Por lo tanto, es necesario verificarlo antes del convenio colectivo. During recruitment process we must to know the well-known methods used among organizations such as:

1. Publicidad directa

Creación de anuncios de empleo en el sitio de carreras, bolsas de trabajo, medios sociales y publicaciones de la industria. Todos esos métodos son excelentes formas de encontrar candidatos. También aumenta la reputación de su empresa, pero es esencial orientar correctamente la colocación para evitar solicitantes inadecuados. Una desventaja es que la publicidad externa puede ser muy costosa. Los sitios web más conocidos, entre otros, son [EURES](#), [monster](#), [infojobs](#), [glassdoor](#), [linkedin](#), [indeed](#).

2. Remisión de empleados

Puede ser una opción pedirle a su personal que refiera a las personas que conocen para las vacantes. De hecho, es un proceso muy rápido, efectivo y de confianza porque su personal va a referir a los candidatos más adecuados. Además, puede contactar con personas externas que conozca y preguntar a amigos, compañeros de trabajo, etc..

3. Agencias de reclutamiento o cazadores de cabezas

Las agencias de reclutamiento son externas y manejarán el ciclo completo de reclutamiento en su nombre. Sin embargo, este tipo de servicios son caros pero muy útiles para encontrar puestos específicos y empresas que no tienen el departamento de recursos humanos interno para contratar. Además, las agencias de reclutamiento están especializadas en diferentes campos como el marketing, las ventas, la administración, las finanzas, la contabilidad, el servicio al cliente, etc. Por lo tanto, asegúrese de que seleccionará la agencia correcta de acuerdo con la descripción de su trabajo y su campo. Aparte de eso, también podemos encontrar cazatalentos cuyo objetivo es encontrar un candidato talentoso para un requisito de trabajo específico.

4. Asociaciones profesionales

Si se busca contratar candidatos profesionales y técnicos, las asociaciones profesionales pueden ser más apropiadas porque estas asociaciones trabajan entre empresas y solicitantes de empleo. Además, las cámaras de comercio, las universidades y los gobiernos locales cuentan con bases de datos de candidatos y pueden ser útiles para encontrar el mejor candidato.

5. Publicidad en la prensa

También puede intentar publicar sus vacantes en revistas de especialistas, periódicos nacionales y locales, incluidos los recursos en línea que prevalecen. No olvide que algunos solicitantes buscan las vacantes en revistas profesionales relevantes en primer lugar en lugar de los periódicos.

¿CUÁLES SON LOS PASOS DEL PROCESO DE RECLUTAMIENTO?

Los pasos típicos de un proceso de reclutamiento varían según la función. Pero la mayoría de los equipos de contratación probablemente pasarán por estos pasos:

1. Identificar la necesidad de un nuevo trabajo.
2. 3. Decidir si contratar externa o internamente.
3. Revisar los deberes y requisitos del puesto y escribir un anuncio de trabajo y publicarlo en línea.
4. 4. Solicitar referencias de los empleados.
5. 5. Seleccionar las fuentes apropiadas (externas o internas)
6. Decida las etapas de contratación y los posibles plazos.
7. Revisar los currículos en la base de datos de la empresa
8. Crear una lista de candidatos preseleccionados.
9. Preseleccionar y entrevistar a los candidatos (videoconferencia, teléfono, cara a cara, etc.).

5.6.2 Métodos de motivación del personal



image from freepik / freepik.com

CREAR UN AMBIENTE DE TRABAJO AMIGABLE

Sus empleados pasan mucho tiempo de sus vidas trabajando. Por eso debemos tratar de hacer que nuestro ambiente de trabajo sea lo más amigable y atractivo posible. Además, su personal estará ansioso por trabajar todos los días si crea un ambiente agradable.

RECOMPENSANDO A LOS EMPLEADOS

Dentro de una organización puede haber momentos con más presión de lo habitual. Incentivos como recompensas monetarias o días libres pueden ser una buena táctica para motivar a sus empleados, lo que proporciona grandes beneficios para su empresa también.

COMUNICACIÓN

Todo el mundo se comunica en el trabajo; sin embargo, puede ser la parte más difícil. Por lo tanto, piense en pasar cada día un corto período de tiempo para hablar con su personal. La comunicación positiva es la clave, recuerden que trabajan en equipo. Escuche los comentarios, quejas e ideas de los empleados, y encontrará nuevas e interesantes formas de mejorar su empresa..

FOMENTAR EL CRECIMIENTO PERSONAL Y EL DESARROLLO DE LA CARRERA

Se requiere un entrenamiento para sus empleados con el fin de informarles lo que necesitan saber de antemano en sus carreras y entender profundamente sus tareas. Su personal busca un desarrollo profesional, para sentirse realizado y disfrutar de su experiencia laboral. Si es capaz de crear un buen desarrollo profesional, aumentará el compromiso hacia ellos.

TODAS LAS IDEAS SON BIENVENIDAS

¿Sabías que las mejores ideas se borran por el ego? Todos son únicos e impredecibles y somos capaces de crear grandes cosas e ideas que proporcionan muchos beneficios. A veces las ideas o sugerencias, sin importar cuán tontas o sin sentido puedan parecer, pueden ser la clave del éxito.

CAMBIAR EL DÍA DE TRABAJO PROMEDIO

La flexibilidad en el lugar de trabajo lo hace atractivo. Para poder ofrecerlo, dependerá de su horario y objetivos, lo que significa que su horario debe ser adaptado de acuerdo a los servicios prestados a sus clientes. Sin embargo, algunas organizaciones pueden ofrecer trabajar a distancia, así como trabajar cuatro días a la semana, reduciendo el día y aumentando el horario de 8 a 18 horas cada día..

5.6.3 Métodos de bienestar del personal

El bienestar o "Felicidad del empleado" tiene un beneficio comercial para las empresas. Está vinculado al compromiso de los empleados y a la productividad. Por esa razón, el bienestar significa cómo el trabajo de su empleado - sus deberes, expectativas, nivel de estrés, y el medio ambiente - afecta a su propia salud y felicidad en general. Por lo tanto, también implica aspectos cognitivos de la vida. Para empezar, primero tienes que responder a las siguientes preguntas:

- ¿Se dispone y se fomenta la capacitación en materia de gestión y liderazgo? ¿Se ofrece a los equipos oportunidades para aprender nuevas habilidades?
- ¿Es conocida y apreciada la cultura de la empresa entre su personal?
- ¿Se siente un ambiente de respeto entre los compañeros de equipo?
- ¿Tienen los gerentes buenas relaciones y comunicación con su personal? ¿Se gestionan los conflictos?
- ¿Existen políticas y procedimientos claros para evitar el acoso, el hostigamiento y la discriminación (incluido el estigma de las enfermedades mentales)? ¿Sabe el personal acerca de ellas?

- ¿Existen instalaciones para apoyar a su personal a hacer ejercicio en el trabajo, como taquillas, aparcabicicletas, duchas? ¿Se alienta al personal a que se desplace con seguridad durante su jornada de trabajo?
- ¿Es el ambiente de trabajo agradable?

En cuanto a los métodos de bienestar del personal podemos destacar:

Practicar la atención

Practicar la atención puede reducir el estrés, mejorar las relaciones, fortalecer la concentración y aumentar la conciencia de sí mismo y la resistencia. De hecho, al igual que la atención plena, las meditaciones guiadas ofrecen también muchos beneficios como la pérdida de peso, la reducción del estrés y el envejecimiento, y la mejora del estado de ánimo y la cognición. Establecer una práctica de la compañía alienta a la comunidad y es un gran ejercicio de cultura.

Por ejemplo:

- Establezca prácticas rutinarias cortas para introducir la atención en su empresa
- Tómese un descanso de los dispositivos digitales (en caso de que lo necesite)
- Intente concentrarse en una sola tarea, haz una cosa a la vez.
- Intente ser consciente de la respiración

Animar a los empleados a desarrollar amistades

Los amigos coordinan las tareas de manera más efectiva porque conocen las fortalezas y debilidades de cada uno, de modo que pueden dividir el trabajo de la manera más efectiva, por lo que realmente puede producir mejores resultados para su empresa.

Como dijimos antes, sentirse seguro, apoyado y apreciado en el trabajo puede mejorar la productividad, pero las interacciones sociales también liberan oxitocina, conocida como la droga del amor. Sin duda, tener amigos en el trabajo te ayuda a ser mejor en tu trabajo al mejorar la comunicación y la colaboración. Algunas ideas sencillas para facilitar las conexiones entre sus empleados son las siguientes:

1. Fomentar las tradiciones o rituales del equipo.
2. Romper la rutina ofreciendo un nuevo lugar de trabajo como el exterior o el hogar.
3. Permitir a los empleados tomar un descanso completo para el almuerzo
4. Planificar un evento social en el trabajo
5. Únete a un equipo o a un club
6. Ofrecer cursos
7. Fijar un objetivo de desafío y trabajar para alcanzarlo

Establecer programas de voluntariado y días de voluntariado

Como zona rural se puede contribuir en las actividades de voluntariado porque esos desafíos aumentan la felicidad, la satisfacción de la vida, la autoestima, el sentido de control, la salud física y entre los beneficios generales en la mente y el cuerpo. En cuanto a los tipos de voluntariado, puedes encontrar algo relacionado con tu campo o algo completamente diferente.

Establecer conversaciones significativas

Es un buen hecho que el poder hablar de diferentes aspectos de nuestra vida, como los sentimientos y pensamientos, expresan la conexión y una buena actitud hacia la salud en el trabajo. Puede ser muy fácil, sólo hay que empezar a practicar la escucha activa, y preguntarse cómo se siente la gente y qué es lo que está impactando (positiva o negativamente) en sus acciones y relaciones en el trabajo. ¿Realmente te preocupas por ellos? Esa es la clave, somos humanos, necesitamos relaciones.

Por Ejemplo:

- Felicitar a alguien
- Involúcrese y ayude a su empleado con su trabajo
- Apoyarles
- Expresar gratitud - agradecer a alguien
- Realizar un acto de bondad

5.6.4 Métodos de control del personal

Es importante medir el impacto de su gestión. Conocer el alcance y el impacto que ha logrado le ayudará a aprender lo que funcionó y lo que no funcionó y ayudará a construir un caso para futuras iniciativas. Además, es importante establecer un seguimiento regular en la gestión del personal porque permite supervisar la ejecución de una tarea y ayuda a modificar el plan de acción evitando errores. Pensando en esto, también ayuda a evaluar las habilidades, fortalezas y deficiencias de los empleados. En conjunto, estos métodos de evaluación nos ayudan a:

- Definir objetivos claros
- Proporcionar una retroalimentación en tiempo real
- Mejorar el rendimiento y la motivación de los empleados
- Determinar las necesidades de capacitación y Desarrollo
- Ofrecer información sobre tareas contraproducentes
- Mejorar el compromiso y la retención de los empleados
- Adaptar el rendimiento individual con los objetivos empresariales
- Transformar la fuerza de trabajo en una ventaja estratégica

Tipo 1. Métodos de control no cuantitativos

Los métodos de control no cuantitativos son los dirigidos a controlar las actitudes y el rendimiento de los empleados. Las técnicas que se utilizan con frecuencia y de forma generalizada para controlar el rendimiento de la organización son las siguientes:

- Observación
- Inspecciones periódicas o "puntuales"
- Informes orales y escritos
- Evaluaciones de desempeño
- Evaluación del desempeño bien esbozada

Tipo 2. Técnicas de control cuantitativo

Las técnicas cuantitativas se basan en datos o información específicos para medir y corregir la cantidad y calidad de los resultados. En varias ocasiones se pueden utilizar programas informáticos. El uso de un programa

informático o una hoja de cálculo puede ser útil para comprobar y calcular la productividad, revelando el número de productos que un empleado produce en un período de tiempo determinado.

Métodos de gestión por objetivos: revela lo bien que el rendimiento de un empleado está contribuyendo a los objetivos y metas de su empresa

Medición de la productividad de las ventas: Revela la productividad con total precisión, como el total de ventas realizadas, la cantidad total de ventas, el número de nuevos clientes obtenidos, etc..

Medición de la productividad de los servicios: revela la productividad contando el número de tareas realizadas y el número de clientes atendidos en un día o en una hora. Además, la retroalimentación de los clientes, las características del producto (por ejemplo, el rendimiento de la velocidad del producto), etc. permiten medir la productividad.

Método de gestión del tiempo: Este método puede ayudar a los empleados y a los directivos a establecer objetivos para reducir las pérdidas de tiempo. Hoy en día se pueden encontrar útiles programas de software que miden con precisión cuánto tiempo pasan (o no pasan) los empleados siendo productivos, tales como harvest, Proofhub, clarizen, teamwork, etc..



Imagen de freepik / freepik.com

5.7. Evaluación

El análisis de los procesos comerciales es la acción de realizar un examen y obtener una comprensión de los procesos comerciales. Implica el examen de los componentes de un proceso, incluidos los insumos, los productos, los procedimientos, los controles, el personal, las aplicaciones, los datos, las tecnologías y sus interacciones para producir resultados. Nos ayuda a comprender aquellos aspectos que funcionan correctamente o por el contrario, y que podrían necesitar ser mejorados. Los procesos de evaluación incluyen, entre otros, la evaluación del tiempo, los procesos de calidad, la cadena de valor, el costo, los procedimientos, etc..

5.7.1 Medición de su rendimiento financiero

El análisis de su rendimiento financiero le da información de cómo está funcionando su negocio y si está creciendo adecuadamente.

Medir su rentabilidad

Medir la rentabilidad es esencial para aumentar los beneficios de su empresa, por eso debemos analizarla en profundidad. Por lo tanto, trate de considerar los siguientes aspectos:

El margen de beneficio bruto mide el dinero que se gana. También se conoce como los costos directos de las ventas y las contribuciones.

El margen de operación se conoce como EBIT (ganancias antes de intereses e impuestos). Eso significa que tiene en cuenta la rentabilidad pero no el pago de impuestos.

El margen de ganancia neta mide todos los costos que se tienen en cuenta, no sólo los directos. Por lo tanto, se incluyen los pagos de intereses e impuestos en el cálculo de la ganancia.

El retorno sobre el capital empleado (ROCE) calcula el beneficio neto como un porcentaje del capital total empleado en un negocio. En este caso se dará cuenta de que si su dinero está bien invertido.

Otros ratios contables clave

Los coeficientes de contabilidad ofrecen medidas útiles de los resultados de las empresas, como por ejemplo::

los coeficientes de liquidez, que satisfacen sus obligaciones financieras a corto plazo

los ratios de eficiencia, que muestran lo bien que está utilizando los activos de su empresa

el apalancamiento financiero o los ratios de apalancamiento, que presentan cuán sostenible es la deuda

5.7.2 Medición de los clientes

La clave es tratar de retener a los clientes, lo cual es una tarea importante para cualquier negocio. El objetivo principal es tratar de ver su negocio a través de los ojos de su cliente porque puede ayudarlo a evitar desviarse mientras considera sus opciones de crecimiento.

Intente comprobar y recibir tanta información como sea posible, incluyendo:

Los datos de ventas dan información de lo que sus clientes eligen comprar (o no comprar). Además, da una indicación más clara de sus preferencias

Las quejas ofrecen información sobre las cosas que deben mejorarse, pero recuerde que muchos clientes simplemente cambiarán de proveedor antes de presentar una queja.

Los cuestionarios y las tarjetas de comentarios son una buena forma de comprobar la información y considerar la satisfacción del cliente

las compras misteriosas son una buena opción si tienes una empresa que vende productos a los clientes porque comprueba lo bien que su personal está realizando su tarea.

El software para la gestión de las relaciones con los clientes (CRM) como HubSpot, NetSuite, las ventas frescas pueden ser herramientas poderosas para analizar la información sobre sus clientes y los productos y servicios.

5.7.3 Medición de los empleados

Su empresa y sus empleados son el mismo equipo, por eso es importante saber lo que su personal está haciendo y si los objetivos son alcanzados..

Medición a través de reuniones y evaluaciones

Es una gran idea preparar reuniones informales y evaluaciones más formales porque permiten controlar y fomentar el progreso de los empleados individuales. Ofrece diferentes puntos de vista por ambas partes y puedes comprobar los objetivos de los empleados y medir el progreso hacia su consecución.

Las reuniones periódicas del personal también pueden ser una herramienta muy útil porque también proporcionan información sobre preocupaciones o acontecimientos importantes que pueden tardar un tiempo en llegar a la atención de su equipo directivo.

Medición cuantitativa del rendimiento de los empleados

El rendimiento de los empleados se puede encontrar a través de la herramienta de gestión y las medidas más comunes son el beneficio de las ventas y la contribución por empleado. De hecho, si se quiere comprobar cuantitativamente el rendimiento de los empleados es más fácil de aplicar en algunos sectores así como para

algunos tipos de trabajadores. Sin embargo, este tipo de medidas pueden aplicarse en casi cualquier empresa o sector. Por ejemplo, se puede utilizar para evaluar cuántas horas un empleado está realizando la tarea, lo que significa comprobar un uso rentable de su tiempo en el lugar de trabajo.

5.7.4 Medición frente a otras empresas - benchmarking

Es un hecho bien probado que es una medida muy útil y útil para comparar su propia empresa con los competidores. Sin embargo, es esencial asegurarse de que todos sus objetivos están bien establecidos. Por lo tanto, la evaluación comparativa es una forma valiosa de mejorar la comprensión del rendimiento y el potencial de su empresa mediante la realización de comparaciones con otras empresas. Pregúntese:

¿Sabes lo buena que es tu posición en el mercado?

¿Cuánto de lo que está en juego en el mercado tiene usted?

¿Qué ventajas y desventajas competitivas tiene? ¿Cómo mejorar?

¿Quiénes son tus competidores? ¿Qué es lo que hacen?

5.8. Ética

5.8.1 Definición de la ética

La ética es un conjunto de valores y conductas que la gente siente como morales, incluyendo valores, principios morales y normas que deben ser seguidas tanto por los empleadores como por los empleados en el lugar de trabajo. Por esa razón, ese conjunto de normas y regulaciones deben ser seguidas por todo el personal del lugar de trabajo.

5.8.2 Pilares de la ética

Los pilares de la ética son:

CONFIABILIDAD

- Actuar de forma fiable
- Ser coherente y fiable en la palabra y en la acción

RESPETO

- Trata a los demás como quieres que te traten
- Tolerancia a las quejas

HONESTO

- Siempre decir la verdad en cada operación de negocios
- Revelar completamente toda la información que su personal tiene derecho a saber

RESPONSIBILIDAD

- Tus acciones, sentimientos son tu responsabilidad
- Informar y cumplir las obligaciones con su personal
- Aceptar las consecuencias de las decisiones y actuar para mejorar el comportamiento corporativo

JUSTICIA

- Actuar siempre de acuerdo con las normas de comportamiento establecidas (es decir, el código de conducta)

CUIDADO

- Preocuparse por el bienestar de los demás

CIUDADANÍA

- Seguir las leyes y costumbres de la sociedad
- Actuar de manera socialmente responsable

INTEGRIDAD

- Mantener y cumplir las promesas
- Actuar con el fin de mejorar el comportamiento o prevenir situaciones difíciles

5.8.3 Estrategias para mejorar la ética en el lugar de trabajo

Con el fin de crear una cultura organizacional más ética en el lugar de trabajo, sugerimos lo siguiente:

1. **Ser un modelo a seguir y ser visible.** Debes intentar que tus empleados vean el comportamiento de la alta dirección como un modelo de lo que es un comportamiento aceptable en el lugar de trabajo.
2. **Refuerce el mensaje:** Probablemente, usted ha comunicado los valores fundamentales y la ética de la empresa a través del correo electrónico, en el sitio web de la empresa, en las reuniones de toda la empresa, y durante el proceso de incorporación de nuevos empleados.
3. **Ofrecer formación sobre ética.** Organice seminarios, talleres y programas de formación ética similares para reforzar las normas de conducta de la organización, aclarar qué prácticas son y no son permisibles y abordar posibles dilemas éticos.
4. **Comunicar las expectativas éticas.** Es esencial crear en primer lugar un espacio seguro y abierto para la comunicación. Se espera que los empleados sigan los valores y normas de la empresa. Recuerde, sin embargo, que un código de ética no sirve de nada si la alta dirección no modela comportamientos éticos.
5. **Proporcionar protección a los empleados.** Casi todos se sentirían intimidados si sintieran la necesidad de reportar el comportamiento poco ético de uno de sus superiores o de alguien en un puesto de alta dirección. Hay varias maneras de tratar de ocultar la identidad de sus empleados y garantizar su

integridad, un consejero de  tica, un oficial de  tica o un consultor de  tica puede ser útil en estas situaciones.

- 6. Recompensar visiblemente los actos éticos y castigar los no éticos.** Eso significa establecer un código visiblemente recompensado por el buen comportamiento. Igual de importante, los actos no éticos deben ser castigados.

5.8.4 Ejemplos de lugares de trabajo éticos

Sin duda, aplicar su propio código o política ética de negocios no es tan fácil como pensamos. Es una mezcla de sus propios valores, educación y moralidad. Como se mencionó antes, hay reglas ocultas que están incluidas en nuestra sociedad -no hay aspectos culturales o religiosos- y deben ser seguidas.

Ejemplos de comportamientos éticos en el lugar de trabajo incluyen:

1. Respetar las normas y el reglamento de la empresa
2. Asume la responsabilidad de tus propias acciones y sentimientos
3. Mantener la confianza
4. Mostrar iniciativa sin que se le diga, eso significa ser proactivo
5. Respete a sus colegas
6. Evitar conductas poco éticas en el lugar de trabajo, como mentiras, tomar créditos para fines personales, abuso verbal, violencia, trabajos no relacionados con la oficina, descansos prolongados, robo, acoso sexual y prácticas corruptas



image from drobotdean / freepik.com

5.8.5 Crear un lugar de trabajo ético

Hay algunas formas diferentes de promover la conducta ética entre su staff para lograr sus objetivos y evaluar sus recursos y necesidades.

Los negocios exitosos comienzan con un buen plan. Por consiguiente, tienes que pensar:

- ¿Cuáles son los desafíos éticos que son comunes en el ambiente de trabajo o en su lugar de trabajo?
- ¿Dónde están las áreas de riesgo? ¿Qué grupos de empleados, ubicaciones, unidades de negocios, etc. son potenciales "puntos calientes"?
- ¿Qué valores son importantes para su empresa y sus empleados?
- ¿Qué valores son necesarios para su empresa, en particular en su trabajo?
- ¿Qué código de ética y recursos pueden ser beneficiosos para los empleados? ¿Qué vehículos de apoyo (una línea telefónica, un correo electrónico, un individuo o comité, una red social interna, etc.) pueden ser más utilizados y útiles?
- ¿Qué aportes de los grupos son necesarios cuando se desarrolla su código y sus valores? ¿Quiénes serían útiles?

Puedes reunir información de diferentes maneras, pero cuanta más información recibas de tus empleados, más posibilidades tendrás de comparar resultados y analizar datos. En el caso de que estés creando tu propio código sin personal incluido, sólo piensa y analiza cómo podría funcionar en tu empresa.

5.8.6 Establecer una base sólida

Una vez que se identifican las necesidades, es necesario establecer una base sólida porque es una herramienta poderosa para evitar la presión de seguir las normas y la mala conducta. Permite informar de las observaciones que se produzcan y su personal no se sentirá presionado a romper las normas o malentendidos. De hecho, cuando aparezcan malas conductas, los empleados podrán reportar el problema internamente. Por lo tanto, hay que tener en cuenta los siguientes pasos:

1. Normas escritas de conducta ética en el lugar de trabajo.
2. Formación sobre las normas.
3. Proporcionar asesoramiento y recursos sobre la ética.
4. Crear herramientas para informar sobre posibles violaciones de manera confidencial o anónima.

5. Evaluar el desempeño de la conducta ética.
6. Creación de un sistema para disciplinar a los infractores.

Un programa efectivo de ética y cumplimiento debe seguir:

1. Libertad para cuestionar la gestión sin temor;
2. Recompensas por seguir las normas de ética;
3. No recompensar las malas prácticas, aunque produzcan buenos resultados para la empresa;
4. Retroalimentación positiva por conducta ética;
5. La preparación de los empleados para hacer frente a la mala conducta;
6. Disposición de los empleados a buscar asesoramiento ético.

Construir una cultura de integridad

Como ya se ha mencionado, un programa efectivo de ética y cumplimiento puede ayudar a construir una cultura de integridad entre todos los miembros de su empresa. Por esa razón, es importante:

- Hablar de la importancia de la ética.
- Mantener a los empleados informados sobre los asuntos que les afectan.
- Mantener las promesas y compromisos con los empleados.
- Reconocer y recompensar la conducta ética.
- Responsabilizar a los que violan las normas
- Crear un modelo ético tanto profesional como personal.

Mantener un "enfoque de valor" en cada momento

Las organizaciones con integridad mantienen sus valores siempre, incluso en tiempos de crisis. De hecho, en las situaciones de crisis la intensidad de las emociones es enorme y son momentos poderosos para establecer prioridades y aprender que la ética importa. En un valor corporativo se incluyen diferentes procesos múltiples que impulsan la vida cotidiana de la empresa, incluyendo:

- Las políticas de recursos humanos y su aplicación
- Sistemas de recompensa
- Contratación y retención
- Gestión y evaluación de la actuación profesional

- Decisiones de promoción

Reevaluar y revisar según sea necesario.

Todo cambia. Por eso, usted se enfrentará a nuevas situaciones en el lugar de trabajo y es esencial evaluar y hacer un seguimiento de los riesgos, y revisar el estado de la ética en su empresa. Puedes utilizar encuestas o dirigir grupos de reuniones para evaluar el progreso. A través de la evaluación regular te darás cuenta de que los recursos son útiles y funcionan correctamente.

5.9. Sostenibilidad

La sostenibilidad significa tener como meta el equilibrio entre la gente, el planeta y las ganancias. El objetivo principal es producir éxito y viabilidad a largo plazo y es importante salvaguardar la salud y el bienestar de nuestros empleados.

Es verdad que el objetivo de todo negocio es ser sostenible y maximizar los beneficios. Eso significa, pagar salarios mínimos, abrir oficinas - minimizar los gastos y, significativamente, maximizar los beneficios. Sin embargo, investigaciones recientes muestran que un ambiente de trabajo sostenible significa una rentabilidad a largo plazo. Por lo tanto, "construir verde" es una oportunidad para utilizar los recursos de manera eficiente y al mismo tiempo crear entornos más saludables para que las personas vivan y trabajen en ellos. Por ejemplo:

- Reducir el uso de recursos materiales, los desechos y la degradación del medio ambiente
- Usar papel y materiales de reciclaje para los escritorios de los empleados
- Reducir la contaminación y evitar el uso de plásticos en los envases
- Instalar globos de luz eficientes en la oficina y considerar la iluminación con sensores para los baños y otros lugares que no necesitan estar constantemente
- Proporcionar espacios productivos de alta calidad y saludables, utilizando elementos como la luz natural y medidas de calefacción/enfriamiento sensibles
- Incorporar materiales reciclados y/o producidos responsablemente en el diseño de su edificio/oficina
- Aumentar la ventilación natural y la colocación de las ventanas
- Ofrecer instalaciones de almacenamiento para fomentar el uso de otros medios de transporte, por ejemplo, portabicicletas
- Elija un proveedor sostenible
- Añade plantas en tu lugar de trabajo porque hace que el aire en tu lugar de trabajo sea más limpio y saludable



image from freepik / freepik.com

5.9.1 Beneficios de un lugar de trabajo sostenible

Se considera que podemos obtener grandes beneficios creando un lugar de trabajo sostenible y que permite reducir los gastos, reforzar la productividad y el compromiso del personal. Estudios recientes han demostrado que los lugares de trabajo ecológicos:

- Reducir el promedio de días de enfermedad por empleado
- Reducir los costos de las licencias por enfermedad
- Mejora de la productividad
- Aumentar la satisfacción en el trabajo
- Retención del talento
- Identificar

En conclusión, centrarse en la creación de una fuerza de trabajo sostenible es una necesidad si una empresa tiene como objetivo conectar y producir resultados auténticos y exitosos y creará un enorme impacto en la comunidad a nivel local y mundial.

Prueba rápida de conocimientos 5

Las pruebas de conocimiento, ayudarán a los alumnos a refrescar rápidamente lo que han aprendido en este módulo.

PREGUNTA 1

Los controles del método de personal son:

- a) Employee referrals, Recruitment agencies and social media
- b) Publicidad directa, remisión de empleados, agencias de contratación, asociaciones profesionales, publicidad en la prensa
- c) Publicidad directa, remisiones de empleados, agencias de contratación, asociaciones profesionales

PREGUNTA 2.

La ética es una colección de valores y conductas que la gente siente como morales, incluyendo valores, principios morales y estándares que deben ser seguidos tanto por los empleadores como por los empleados en el lugar de trabajo..

- a) Verdadero
- b) Falso

PREGUNTA 3

Evaluamos nuestro proceso de negocios porque... (Elija la respuesta incorrecta)

- a) somos capaces de saber cómo está funcionando nuestra organización y si está creciendo adecuadamente.
- b) la clave es tratar de retener a los clientes, lo cual es una tarea importante para todo negocio
- c) sólo da información general, no relevante, para tener una idea de cómo funciona todo.

PREGUNTA 4

Las técnicas cuantitativas del proceso de contratación de personal se basan en datos o información específicos a fin de medir y corregir la cantidad y la calidad de los resultados. En varias ocasiones podemos utilizar programas informáticos.

- a) Verdadero
- b) Falso

PREGUNTA 5

La sostenibilidad en los lugares de trabajo puede reducir el promedio de días de enfermedad por empleado, mejorar la productividad, disminuir la satisfacción en el trabajo y la retención de talento.

- a) Verdadero
- b) Falso

Actividades

Las actividades se preparan para que los educadores y profesores enseñen habilidades específicas a los participantes.

Actividad 1

PROCESO DE CONTRATACIÓN DE PERSONAL?

Introducción de la actividad

El proceso de reclutamiento no es tan fácil como pensamos, implica tener conocimientos para lidiar con ello. Hay muchos tipos diferentes de reclutamiento que las empresas utilizan para atraer al mejor personal. Eso significa que los empleadores tienen que utilizar tácticas de contratación que se ajusten a su entorno y atraigan a los candidatos que están buscando. En el proceso de contratación, es necesario asegurarse de lo que se está buscando, eso significa conocer a fondo el rendimiento del trabajo, las características del perfil del personal, etc. El objetivo principal de esta actividad es hacer que el grupo se involucre en un proceso de reclutamiento y que tenga conocimientos para ocuparse de la contratación de personal en el futuro.

Explicación de la actividad

A cada grupo se le da un juego de roles para que lo realice en clase. Van a simular situaciones para hacer frente a un proceso de reclutamiento. Durante la actividad los alumnos aprenderán el objetivo principal que deben cumplir y tendrán que realizar el procedimiento como un departamento de recursos humanos. Es necesario mostrar ejemplos reales en línea para aprender cuáles son las principales palabras clave utilizadas como reclutador, la descripción del puesto o las responsabilidades, la descripción de la empresa, lo que buscamos y lo que ofrecemos..

Grupo 1: Su empresa se dedica a ofrecer servicios de capacitación para gobiernos locales, organizaciones, etc. Necesitas contratar un coordinador que se encargue de conseguir más clientes y cerrar la agenda. Debe pensar en las características del trabajo, el perfil del personal que busca, los métodos que usaría para encontrar el mejor candidato para su empresa.

Grupo 2: Su empresa se encarga de vender productos para la irrigación. Su empresa tiene mucha experiencia en su campo, pero necesita abrir nuevas perspectivas y quiere contratar a un personal de marketing para establecer la mejor planificación y encontrar nuevos subproductos. Debe pensar en las características del trabajo, el perfil del personal que busca, los métodos que usaría para encontrar el mejor candidato para su empresa.

Grupo 3: Su empresa se encarga de la venta de productos de papelería. En el último trimestre, la empresa ha crecido considerablemente, por lo que es necesario contratar a una persona de gran experiencia para la gestión financiera. Debe pensar en las características del trabajo, el perfil del personal que busca, los métodos que usaría para encontrar el mejor candidato para su empresa.

Grupo 4: Su empresa fabrica muebles. Necesitas contratar a un administrativo para la gestión de ventas e incidencias de la empresa. Debes pensar en las características del trabajo, el perfil del personal que buscas, los métodos que utilizarías para encontrar al mejor candidato para tu organización.

Proceso:

- ✓ Empieza a introducir el proceso de selección de personal.
- ✓ Mostrar diferentes ejemplos de vacantes en LinkedIn o en cualquier otra página de Social Media para demostrar cómo los reclutadores publican sus vacantes en línea, las palabras clave, así como las características deseables del personal.
- ✓ Divide la clase en 4 grupos y distribuye a cada grupo su función. Asegúrate de que todos sepan lo que tienen que hacer como grupo. Recuerden que tienen que simular un juego de roles como un Departamento de Recursos Humanos y deben explicar la razón de su decisión.
- ✓ Dale entre 10 y 15 minutos para preparar la actividad.

Después de eso, tienen que presentar el resultado al resto del grupo



MATERIALES NECESARIOS:

Papel, lápiz y bolígrafo

Plan didáctico

asignación de tiempo	de	Sub - actividad	Tiipo	Material	Descripción
10 min		Introducción	Teoría	Internet	Presentar el proceso de contratación de personal y mostrar ejemplos reales en Internet
3 min		División del grupo	Preparación práctica	Papeles materiales de escritura	y Dividir la clase en 4 grupos de
20		El proceso de reclutamiento juega un papel importante	Ejercicio en grupo	-	Se les da cada situación y el juego de roles que deben realizar.
10		Resultado del grupo	Presentación	-	Cada grupo presentará los resultados al resto de los grupos.

Actividad 2

GESTIÓN DE INCIDENTES, RECLAMACIONES Y SERVICIO AL CLIENTE

Introducción de la actividad

Encontrar y retener a los clientes es una tarea crucial para todo negocio. El objetivo principal es tratar de ver su negocio a través de los ojos de su cliente porque puede ayudarle a evitar desviarse mientras considera sus opciones de crecimiento. Debe considerar recibir la mayor cantidad de información posible para rastrear y evaluar la satisfacción de su servicio al cliente, incluyendo incidentes y reclamos. Durante la actividad, los aprendices tienen que considerar un caso de estudio como una simulación de juego de roles.

Explicación de la actividad

A cada grupo se le da un caso de estudio. Como ya se ha dicho, van a simular situaciones para hacer frente a un incidente, a las reclamaciones y a la gestión del servicio de atención al cliente. Durante la actividad los alumnos tendrán que realizar el procedimiento como una organización. Es necesario mostrar ejemplos reales en línea para tener una idea de su tarea con el fin de evaluar la satisfacción del cliente (ubicación, alojamiento, actividades, etc.), hacer un seguimiento de los clientes con el fin de mejorar diferentes aspectos y hacer un seguimiento de las reclamaciones y analizar los motivos principales.

Para analizar y evaluar su empresa, presentará un caso de estudio de una organización de bed and breakfast ubicada en los Pirineos. El objetivo principal es averiguar cómo realizar el seguimiento de las reclamaciones, la satisfacción y las incidencias de los clientes. Subraye la importancia de ser creativo, no importa que su respuesta no sea precisa, el objetivo principal es reforzar la idea de que los clientes son esenciales para dar su dinero en su organización. Recuerde que tiene que simular un juego de roles y explicar por qué ha tomado sus decisiones. Den a cada grupo 25 minutos para preparar la actividad. Después de eso, tienen que presentar el resultado al resto del grupo y todos los grupos tienen que discutir en voz alta las siguientes preguntas:

- ¿Por qué cree que la gestión del servicio de atención al cliente es importante?
- ¿Considera que los clientes siempre tienen razón?
- ¿Cuál es el principal objetivo de nuestra organización? (ganar dinero, sostenibilidad..)
- ¿Cómo podemos conocer la opinión de nuestros clientes? (internet, nuestro personal...)

CASO DE ESTUDIO:

Su empresa está especializada en el turismo rural. Se encuentra en los Pirineos, un paisaje único en medio de la naturaleza. Además de ofrecer alojamiento, estáis especializados en ecoturismo sostenible, proporcionando servicios de visitas guiadas, actividades de aventura en la naturaleza y turismo ecológico. Llevas 6 años dirigiendo tu empresa teniendo en cuenta el hecho de que muchos clientes quieren alojarse en tu hotel bed and breakfast, no has podido contabilizar ni hacer un seguimiento de las quejas, reclamaciones o satisfacción de tus clientes. Hay dos recepcionistas que trabajan en diferentes turnos, el personal de limpieza (2 empleados), los empleados (2) que preparan los desayunos y usted que se ocupa del resto de la gestión de la empresa, incluyendo las finanzas. Como quieres empezar a gestionar el servicio de atención al cliente, debes:

- evaluar la satisfacción del cliente (ubicación, alojamiento, actividades, etc.)
- hacer un seguimiento de los clientes para mejorar diferentes aspectos
- rastrear los reclamos y analizar las razones principales (aspectos de la limpieza, el desayuno programado...)

Recuerda que puedes implementar tus propias ideas si las justificas correctamente. Además, puedes incluir dispositivos de Internet, CRM, u otras herramientas que consideres útiles. Explora diferentes ideas!

Responde a las siguientes preguntas:

- ¿Por qué crees que la gestión del servicio de atención al cliente es importante?
- ¿Consideras que los clientes siempre tienen razón?
- ¿Cuál es el principal objetivo de nuestra organización?
- ¿Cómo puede conocer la opinión de nuestros clientes?

**Tiempo
previsto:
1 hora**

MATERIALES NECESARIOS:

Papel y bolígrafo

Plan didáctico

ASIGNACIÓN DE TIEMPO	SUB - ACTIVIDAD	TIPO	MATERIAL	DESCRIPCIÓN
5 min	Introducción	teoría	-	Presente el objetivo principal. Explique la importancia de considerar la gestión del servicio al cliente. Encontrar diferentes ejemplos reales de empresas conocidas.
3 min	División del grupo	Preparación práctica	Paper and writing materials	Dividir el grupo en 4 grupos
25	Actividad de grupo	ejercicio de grupo		Se les da el caso de estudio para desarrollar e implementar la gestión del servicio de atención al cliente.
10 min	Resultados del grupo	Presentación	-	Cada grupo presentará los resultados al resto de los grupos

Rereferencias

1. The Top 8 Methods for Accurately Measuring Employee Productivity [Blog publication]. (s.f.). In <https://www.universalclass.com/articles/business/the-top-8-methods-for-accurately-measuring-employee-productivity.htm>
2. Mental Health Foundation. (2018). Five Ways to Wellbeing at Work [Guide]. In <https://www.mentalhealth.org.nz/assets/5-ways-toolkit/Five-Ways-to-Wellbeing-at-Worknew.pdf>
3. Chamber of commerce of metropolitan Monreal's Accir Experts. (2009). Measure performance and set targets [Blog publication]. In <https://www.infoentrepreneurs.org/en/guides/measure-performance-and-set-targets/>
4. The Ethics & Compliance Initiative. (s.f.). Five Keys to Reducing Ethics and Compliance Risk [Blog Publication]. In <https://www.ethics.org/resources/free-toolkit/reducing-risk/>
5. Business Management Ideas. (s.f.). Methods Employed For Recruiting Employees (3 Methods) Employee Management [Blog Publication]. in <https://www.businessmanagementideas.com/recruitment/methods-employed-for-recruiting-employees-3-methods-employee-management/2491>
6. Kissflow. (2019). A Definitive Guide to Employee Performance Appraisal Methods [Blog Publication]. In <https://www.businessmanagementideas.com/recruitment/methods-employed-for-recruiting-employees-3-methods-employee-management/2491>
7. Food and Agriculture Organization of United Nations. (s.f.). Session guide: Performance appraisal [Blog Publication]. In <http://www.fao.org/3/w7505e/w7505e06.htm#TopOfPage>
8. Workplace and Psychology, & Nguyen, S. (2014). Creating an Ethical Organizational Culture [Blog Publication]. In <https://workplacepsychology.net/2011/02/14/creating-an-ethical-organizational-culture/>
9. Mintz, S. (2011). [Blog Publication]. A Code of Ethics in the Workplace. In <https://www.workplaceethicsadvice.com/2011/12/a-code-of-ethics-in-the-workplace.html>
10. Heathfield, S. M. (2019). Did You Bring Your Ethics to Work Today? [Blog Publication]. In <https://www.thebalancecareers.com/did-you-bring-your-ethics-to-work-today-1917741>

11. Xenofontos, A. (s.f.). Benefits of creating a sustainable workplace [Blog Publication]. In <https://axiomworkplaces.com.au/our-insight/sustainable-workplace-benefits/>
12. Citibank. (2006). Basic Business Operations. In https://www.citigroup.com/citi/citizen/community/data/guide6_eng.pdf
13. Forbes, & Kappel, M. (s.f.). 6 Ways To Measure Small Business Success [Blog Publication]. In https://www.citigroup.com/citi/citizen/community/data/guide6_eng.pdf
14. Omolewu, G. (s.f.). Strategies for Improving Ethical Behaviors in Organizations. In https://www.citigroup.com/citi/citizen/community/data/guide6_eng.pdf
15. The WITS Business School Journal, & Schoeman, C. (2012). An ethics strategy is essential to create an ethical business [Journal]. In <https://www.ethicsmonitor.co.za/An-ethics-strategy-is-essential-to-create-an-ethical-business.aspx>

Respuestas Prueba Rápida de Conocimientos 1

PREGUNTA 1

c

PREGUNTA 2

b

PREGUNTA 3

b

PREGUNTA 4

1. Cumplir con un propósito social y hacer una diferencia positiva en las comunidades, por ejemplo, la atención de la salud, la educación, la tierra y la vivienda, la conservación,
2. Proporcionar nuevas fuentes de ingresos para los individuos y la organización (utilizando la diferenciación de la producción y la segmentación del mercado)
3. Dar a las comunidades oportunidades para aumentar los ingresos, la creación de empleos y el empleo
4. Los SE ponen todos los recursos disponibles (tierra, mano de obra, capital, tiempo) en uso productivo (valor añadido)
5. Los SE permiten a los individuos usar su pasión, talento, conocimiento, habilidades en empresas sociales

PREGUNTA 5

d

Respuestas para la prueba rápida de conocimientos 2

PREGUNTA 1

Respuesta correcta: b

PREGUNTA 2

Respuesta correcta: a

PREGUNTA 3

Respuesta correcta: c

PREGUNTA 4

Respuesta correcta: d

PREGUNTA 5

Respuesta correcta: a

Respuestas para la prueba rápida. de conocimientos 3

PREGUNTA 1

150

PREGUNTA 2

La bondad de la decisión puede expresarse como la función de f (Eficacia, eficiencia, aplicabilidad, oportunidad)

PREGUNTA 3

Primero la técnica de solicitud pequeña, luego la grande, luego la pequeña, la técnica de solicitud creciente, no sólo esa técnica, la técnica de sí, sí, no me pregunto qué técnica, no para responder a la técnica de la pregunta, la técnica del lugar, Técnica "Poner en deuda", "Dar primero y luego retirar", "Repetición de mensajes", "Atractivo del miedo", "Técnica de la estrechez y la escasez", "Técnica de la solicitud inusual", "Porque el método abreviado", "Método abreviado de precio y calidad", "Técnica del centavo", "Principio de autoridad".

PREGUNTA 4

1) Observar y definir el problema, 2) Analizar el problema, 3) Desarrollar soluciones alternativas, 4) Aplicar la solución elegida, 5) Evaluar el resultado

PREGUNTA 5

Deberían ser capaces de realizar operaciones básicas para proteger sus herramientas (usando programas antivirus y contraseñas, etc.) para saber que no toda la información en línea es fiable. Debe ser consciente de que las credenciales (nombre de usuario y contraseña) pueden ser robadas. Sabe que no debe revelar información privada en línea. Sabe que el uso intensivo de la tecnología digital puede afectar negativamente a la salud. Puede tomar medidas simples para ahorrar energía.

Respuestas para la prueba rápida de conocimientos 4

PREGUNTA 1

¿Qué es un plan de negocios?

Un plan de negocios es un proyecto de éxito y de mejores prácticas en el proceso empresarial. Es un documento que explica el modelo de negocio y los planes estratégicos y operativos con gran detalle.

Un plan de negocios es la perspectiva del empresario de los aspectos estratégicos y operativos específicos de sus ideas. Es una hoja de ruta con la que el empresario pretende convertir la idea en un negocio estable, sostenible y escalable.

PREGUNTA 2

¿Cuáles son las diferencias entre el plan de negocios y la hoja de ruta?

Al igual que un plan de negocios, una hoja de ruta es una visión a largo plazo de hacia dónde se dirige su organización y cómo se llega a ella. Pero lo que lo diferencia del típico plan de negocios es que es una visualización de alto nivel del panorama general de su negocio.

Una hoja de ruta de negocios es un documento estratégico a largo plazo que muestra hacia dónde se dirige su empresa y los pasos necesarios para llegar allí.

A diferencia de los planes de negocios largos, no muestra los elementos individuales y las actividades requeridas en detalle.

PREGUNTA 3

¿Con qué comienza la primera página de un buen plan de negocios?

Un buen plan de negocios comienza con un "resumen ejecutivo", que es una sinopsis bien pensada de todas las secciones articuladas en no más de cuatro páginas.

PREGUNTA 4

¿Cuáles son las características de una buena idea de negocio?

Una idea de negocio prometedora debe tener las siguientes características:

- Relevante (debe satisfacer las necesidades de los clientes o resolver sus problemas)
- Innovador

- Único
- Un enfoque claro
- Rentable a largo plazo

PREGUNTA 5

¿Qué debería incluir un plan de negocios?

Un plan de negocios debe justificar explícitamente la estrategia de la puesta en marcha y apoyarla con planes detallados de marketing y operativos. Debe explicar cómo se gestionarán las actividades de la cadena de valor de la empresa de nueva creación -gestión de la cadena de suministro, operaciones, distribución, comercialización y ventas y servicio posventa- para ofrecer valor y satisfacción a sus clientes.

Respuestas para la prueba rápida de conocimientos 5.1

PREGUNTA 1

En línea, en las revistas y periódicos de los empresarios locales, a través de la red privada.

PREGUNTA 2

Declaración de misión, Declaración de valores, Ventaja competitiva, Declaración de visión, Plan de acción, Evaluación financiera y Evaluación de los progresos

PREGUNTA3

Es un acrónimo de una técnica de fijación de objetivos. Cada objetivo debe ser específico, medible, alcanzable, realista, oportuno.

PREGUNTA4

MS Office o sus alternativas gratuitas.

PREGUNTA 5

Producto, precio, lugar, promoción, personas, proceso, pruebas físicas

Respuestas para la prueba rápida de conocimientos 5.2

PREGUNTA 1

Respuesta correcta: b

PREGUNTA 2

Respuesta correcta: a

PREGUNTA 3

Respuesta correcta: c

PREGUNTA 4

Respuesta correcta: a

PREGUNTA 5

Respuesta correcta: b